

THESIS / THÈSE

MASTER EN SCIENCES DE GESTION À FINALITÉ SPÉCIALISÉE EN BUSINESS ANALYSIS & INTEGRATION

Les espaces universitaires de Sheffield et de Fribourg dans leur stratégie de communication

Themelin, Coralie

Award date:
2021

Awarding institution:
Universite de Namur

[Link to publication](#)

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.



Les espaces universitaires de Sheffield et de Fribourg dans leur stratégie de communication

Coralie THEMELIN

Directeur: Prof. A. PIERRE

Mémoire présenté
en vue de l'obtention du titre de
Master 120 en sciences de gestion, à finalité spécialisée
en Business Analysis & Integration

ANNEE ACADEMIQUE 2020-2021

Résumé

Ce mémoire a pour objet d'observation les stratégies de communication des universités, tout particulièrement la façon dont les espaces universitaires y sont mis en avant. La stratégie de communication véhicule l'idéologie des universités, divisée en trois dimensions, dont l'espace. La question de recherche est formulée de la façon suivante : qu'apportent les espaces universitaires en termes de communication visuelle à la stratégie de communication de l'université ? Deux outils des universités de Sheffield (UK) et de Fribourg (CH) sont analysés : les plans stratégiques et la communication visuelle. Les résultats de l'analyse démontrent que la communication visuelle sur les espaces universitaires ne reprend pas forcément les éléments du plan stratégique, mais qu'elle le complète en mettant en avant d'autres éléments qui ont pour objectif d'inciter les étudiants à choisir ces universités.

The purpose of this thesis is to observe the communication strategies of universities, especially the way in which university spaces are promoted. The communication strategy conveys the ideology of universities, divided into three dimensions, one of which is space. The research question is formulated as follows: What do university spaces contribute in terms of visual communication to the university's communication strategy? Two tools of the universities of Sheffield (UK) and Fribourg (CH) are analyzed: the strategic plans and the visual communication. The results of the analysis show that the visual communication on university spaces does not necessarily repeat the elements of the strategic plan, but it complements it by highlighting other elements that aim to encourage students to choose these universities.

Remerciements

Je tiens à remercier toutes les personnes qui m'ont aidée et soutenue pendant la rédaction de ce mémoire.

Je remercie tout particulièrement mes deux directrices de mémoire, Madame Anne WALLEMACQ et Madame Amélie PIERRE. Leurs conseils et leur patience m'ont permis de rédiger un mémoire très personnel. Merci à Anne WALLEMACQ de m'avoir fait découvrir l'espace sous un nouvel angle et merci à Amélie PIERRE de s'être engagée pour m'accompagner et m'encadrer.

Merci à ma correctrice pour son temps et pour sa persévérance.

Mes remerciements vont également à mes proches pour leur gentillesse et leur bienveillance au quotidien. Merci à mon père, Luc THEMELIN, d'avoir relu mes textes à maintes reprises et d'avoir partagé son opinion dans le but de me faire progresser.

Mes remerciements s'adressent aussi à mes collègues de l'Université de Namur. Même à distance, le sentiment d'appartenance à cette communauté soudée m'a permis de mener à bien mes études. Merci pour tous ces moments précieux d'entraide, de soutien, de joie et de rigolade.

Table des matières

1.	Introduction.....	1
2.	L'idéologie universitaire et ses dimensions	2
2.1.	L'idéologie	4
2.2.	L'espace social	6
2.3.	Les métaphores.....	10
2.3.1.	Types de métaphores	10
2.3.2.	Application des métaphores	12
2.4.	L'enseignement	14
2.4.1.	Les modèles pédagogiques.....	14
2.4.2.	Les modèles d'enseignement supérieur.....	19
3.	Partie méthodologique	23
3.1.	La question de recherche.....	23
3.2.	Choix des observations et de la méthode d'analyse	24
3.3.	Modèle d'analyse	28
4.	Analyse et observations	31
4.1.	Analyse de l'Université de Sheffield.....	32
4.1.1.	Rapports sociaux – La recette de l'université d'excellence	33
4.1.2.	Modèle d'enseignement – Le réseau est le cœur de l'université.....	36
4.1.3.	Espaces universitaires – Un patrimoine dominant	42
4.1.4.	Sheffield, fière de son patrimoine	50
4.2.	Analyse de l'Université de Fribourg	51
4.2.1.	Rapports sociaux – L'université complète	53
4.2.2.	Modèle d'enseignement – Mission humanitaire et science ouverte	55
4.2.3.	Espaces universitaires – Un modèle en transition	63
4.2.4.	Fribourg, une université en transition ?.....	70
5.	Discussion	73
6.	Conclusion	76
7.	Table des illustrations	77
8.	Bibliographie	78
8.1.	Études	78
8.2.	Sources	79
9.	Annexe/Appendix	81
9.1.	Le fonctionnement de l'espace social selon Lefebvre.....	81
9.2.	Comparaison des idéologies des deux universités.....	86

1. Introduction

De nos jours, les universités sont confrontées à des attentes élevées quant à leur capacité à accueillir un nombre croissant d'étudiants, tout en leur fournissant des apprentissages variés et en augmentant les opportunités pour leur vie professionnelle future (Bireaud, 1990). Elles sont dès lors contraintes dans leur communication de se présenter comme étant à la fois attirante pour les futurs étudiants tout en répondant aux attentes de la société en ce qui concerne la science, la recherche et la formation de futurs diplômés. Leur présentation en tant qu'établissement universitaire attrayant est cruciale dans leur stratégie de communication, car elle incite les étudiants, enseignants, chercheurs et autres acteurs de rejoindre leur communauté.

Dans le cadre de ce mémoire, nous allons nous intéresser aux idéologies des universités et à leur expression à travers l'espace. La stratégie de communication employée par les universités pour propager leur image devient par conséquent le sujet d'observation principal, car elle a pour but de mettre en avant l'idéologie universitaire et permet d'observer cette dernière sous divers angles.

Il s'agit d'analyser la façon dont les universités communiquent leur idéologie en tant qu'institution d'enseignement et de recherche. Par la même occasion, le but est d'observer comment l'espace, en tant que dimension spatiale de l'idéologie, soutient et impacte cette communication. La stratégie de communication est définie comme se basant sur deux outils de communication principaux : les plans stratégiques et la communication visuelle des universités. Les espaces universitaires sont considérés comme faisant partie de la communication visuelle.

Qu'apportent les espaces universitaires en termes de communication visuelle à la stratégie de communication de l'université ?

En dehors des espaces universitaires, les rapports sociaux de la communauté universitaire ainsi que le modèle d'enseignement sont également assimilés à des dimensions clés de l'idéologie universitaire. Tandis que les espaces universitaires s'expriment grâce à la communication visuelle, les deux autres dimensions se déduisent des plans stratégiques des universités.

Le contexte historique du terme d'idéologie et la théorie de Lefebvre (1974) sur l'espace social sont mobilisés afin de mettre en évidence l'importance de l'espace dans les activités

humaines. Le rapport de l'espace avec le concept d'idéologie selon Lefebvre permet d'identifier l'espace comme étant une des dimensions de l'idéologie universitaire. Le concept des rapports sociaux selon Lefebvre est également élaboré pour être repris comme dimension idéologique. Ensuite, une méthode de comparaison impliquant des métaphores est présentée afin d'expliquer la façon dont les espaces universitaires sont observés durant l'analyse. Un retraçage des différents modèles d'enseignement possibles permet finalement de situer les universités en fonction de différentes orientations pédagogiques et de positionnement par rapport à la société.

Les outils de communication de deux universités sont analysés : ceux de l'Université de Sheffield au Royaume-Uni et de l'Université de Fribourg en Suisse. Comme repris dans la partie méthodologique, ces deux profils très différents ont été intentionnellement sélectionnés et ont pour but la mise en évidence d'un impact des espaces universitaires sur l'idéologie. Cet impact s'avère être similaire dans les deux cas pour des modèles d'enseignement pourtant très contrastés.

L'analyse permet d'aboutir à la conclusion que l'intégration de la communication visuelle sur les espaces universitaires dans la stratégie de communication des universités est très enrichissante. Plutôt que de se limiter à la simple présentation du modèle d'enseignement, la communication visuelle permet surtout de convaincre les futurs membres de la communauté universitaire en utilisant les espaces universitaires comme cadre attrayant. Les espaces font partiellement référence à des perceptions anciennes du savoir, qui ne sont certes plus d'actualité, mais qui font tout le charme de l'université. Alliée à des perceptions plus actuelles de l'université, cette articulation entre l'ancien et le présent est un outil de communication puissant.

2. L'idéologie universitaire et ses dimensions

« La production de l'espace » d'Henri Lefebvre (1974) sur l'espace social est à l'origine de ma réflexion sur le lien entre l'idéologie universitaire et les espaces. Lefebvre présente l'espace comme un moyen par lequel une idéologie peut s'exprimer. L'idéologie s'infiltre dans l'espace et s'y réfère. Cela fait de l'espace une des nombreuses dimensions de l'idéologie. La relation entre idéologie et espaces est observée dans le contexte spécifique des universités. On peut ainsi se demander comment les espaces universitaires et l'idéologie qui oriente l'université interagissent pour consolider l'image de l'université dans son ensemble.

Si l'on considère que l'université est une communauté à part entière, elle s'oriente forcément grâce à un modèle idéologique qui guide son fonctionnement et ses valeurs. Il est donc important de définir les différentes dimensions de cette idéologie afin de comprendre quel rôle l'espace peut potentiellement jouer en tant que l'une de ses dimensions.

Dans le cadre de ce mémoire, le concept d'idéologie se limite à trois dimensions : la dimension spatiale, les rapports sociaux et le modèle d'enseignement. La dimension spatiale et les rapports sociaux sont tirés de la théorie de Lefebvre, tandis que la dimension du modèle d'enseignement se base sur des concepts théoriques issus de la littérature pédagogique (Joyce *et al.*, 2009 ; Raby et Viola, 2007) et de la littérature sur l'enseignement supérieur (De Meulemeester, 2011 ; Sam et Van der Sijde, 2014). Cette dimension peut être divisée en deux composantes, l'une reprenant l'orientation pédagogique de l'université et l'autre son positionnement en tant qu'institution d'enseignement et de recherche au sein de la société. Ces composantes sont explicitées dans le chapitre 2.4. sur l'enseignement (p. 14).

Une approche qui implique des métaphores comme perceptions des espaces est introduite pour permettre l'observation de la dimension spatiale. Le but est de comparer les perceptions des espaces, transmises par les métaphores, avec les autres dimensions idéologiques pour comprendre comment elles s'agencent et définissent ensemble l'idéologie universitaire.

L'illustration 2. ci-dessous présente les dimensions qui seront observées en relation avec l'idéologie.

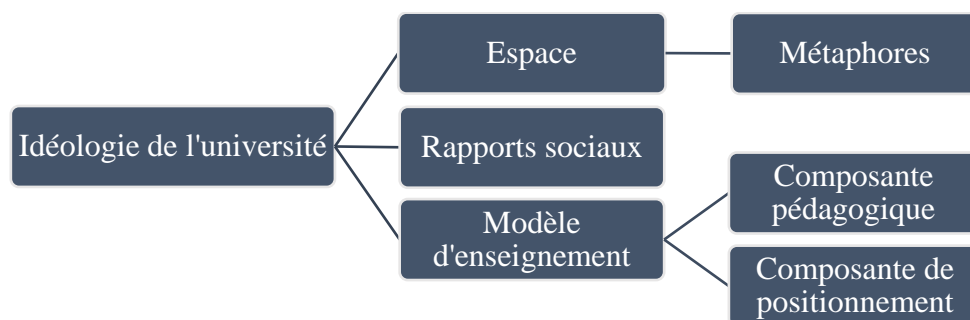


Illustration 2. : L'idéologie universitaire et ses dimensions

Ceci n'est bien entendu pas la représentation de toutes les dimensions imaginables pour l'ensemble du concept d'idéologie. Le concept d'idéologie est ici simplifié afin de pouvoir observer l'impact que peut avoir l'espace en tant qu'une de ces dimensions. Le modèle d'enseignement et les rapports sociaux sont également pris en considération car ils

représentent indéniablement une partie fondamentale du mode de fonctionnement d'une université.

Une explication concernant le terme « idéologie » est donnée pour définir le contexte du mémoire avant de présenter les différentes dimensions de l'idéologie que sont l'espace social, les rapports sociaux selon Lefebvre et les modèles d'enseignement.

2.1. L'idéologie

La définition du terme « idéologie » selon Larousse en ligne (s.d.), est formulée de la manière suivante : « Ensemble des représentations dans lesquelles les hommes vivent leurs rapports à leurs conditions d'existence (culture, mode de vie, croyance) » ou encore « Système d'idées générales constituant un corps de doctrine philosophique et politique à la base d'un comportement individuel ou collectif ». Dans ce mémoire, nous partons du principe que l'idéologie est la représentation du fonctionnement social et que celui-ci est considéré comme étant idéal. L'université adopte une orientation idéologique dans le but d'offrir le meilleur enseignement et le meilleur site de recherche possible à sa communauté. Cette idéologie s'exprime par le biais de la stratégie de communication de l'université.

L'origine de l'idéologie

Le terme a été pour la première fois employé en 1797 par Destutt de Tracy, qui considère alors l'idéologie comme « l'analyse de pensée tout simplement ». Il fait dès lors de l'idéologie la « science de la formation de nos idées » (Guilhaumou, 2008). Destutt de Tracy définit notamment le terme comme se démarquant de la métaphysique, qui est la « recherche rationnelle ayant pour objet la connaissance de l'être absolu, des causes de l'univers et des principes premiers de la connaissance » (Le Nouveau Petit Robert, 2007), ce qui provoque sa remise en question.

Le terme « idéologie » est né dans le contexte de la mise en place d'un système d'instruction publique en France suite à la Révolution française. Il est donc indissociable de l'effort fourni à l'époque pour la diffusion des idées au sein de la société, ce qui a permis d'assurer un « gouvernement des esprits » (Macherey, 2008). Cependant, la « science des idées » revendiquée par les Idéologues, qui étaient les philosophes de ce mouvement, manquait d'objectivité et d'exactitude et a fini par perdre son nom propre (Macherey, 2008). Le mot a par après pris un sens péjoratif (Guilhaumou, 2008), en particulier à la suite des injures proférées par Napoléon, qui qualifiait les idéologues de « ténébreux métaphysiciens » (Macherey, 2008) et de rebelles insoumis. Son but était de dénoncer « l'intellectualisme sous

toutes ses formes » (Macherey, 2008) afin d'éliminer de potentiels adversaires dans sa lutte pour le pouvoir. À cette occasion, il a fait réapparaître ce terme dans la langue française, alors qu'il en avait pratiquement disparu (Guilhaumou, 2008). C'est de cette interprétation péjorative qu'est née l'acception du terme tel que nous le connaissons aujourd'hui. L'idéologie est devenue le terme désignant une influence et une vision propagées par un groupe ou de façon individuelle, dans ce cas par les Idéologues, sur comment une société est censée fonctionner (Guilhaumou, 2008). Ensuite repris par Karl Marx en 1845, le terme a vu son internationalisation fleurir par son emploi dans l'œuvre de « l'idéologie allemande ». Ceci a peu à peu donné naissance à l'idéologie telle que nous la connaissons aujourd'hui dans le langage commun (Guilhaumou, 2008).

L'idéologie et l'espace

Lefebvre (1974, p. 55) offre une perspective intéressante sur la relation entre l'idéologie et l'espace, qui lui sert d'outil fondamental pour s'exprimer : « Qu'est-ce qu'une idéologie sans un espace auquel elle se réfère, qu'elle décrit, dont elle utilise le vocabulaire et les connexions, dont elle contient le code ? [...] Plus généralement, ce qu'on nomme "idéologie" n'acquiert de consistance qu'en intervenant dans l'espace social, dans sa production, pour y prendre corps. En soi, ne consisterait-elle pas surtout en un discours sur cet espace ? »

Sur la base de la relation entre l'idéologie et l'espace formulée par Lefebvre, on peut considérer l'espace comme une des dimensions de l'idéologie. Le but de l'analyse est de comprendre comment la dimension spatiale arrive à soutenir l'idéologie de l'université. L'ouvrage « La production de l'espace » de Lefebvre (1974) a également influencé la définition des rapports sociaux, qui sont eux aussi considérés comme une dimension idéologique.

L'idéologie et le modèle d'enseignement

Le modèle d'enseignement est le choix qu'une université fait quant à sa façon d'enseigner, de former ses étudiants et d'enrichir les sciences en effectuant de la recherche. Il explique en détail comment l'université a décidé de s'organiser, de fonctionner et de tout mettre en œuvre pour atteindre cet objectif. Il est le cœur de l'université et sa raison d'être. Selon cette définition, on peut considérer le modèle d'enseignement comme incorporant une des dimensions idéologiques de l'université et sa conception de la recherche, de l'apprentissage et de l'enseignement.

Comme expliqué plus tard dans la partie 2.4. L'enseignement (p. 14), le concept de modèle d'enseignement reprend à la fois la composante pédagogique et la composante dite « d'enseignement supérieur » qui correspond au positionnement de l'université par rapport à la société. Ces deux composantes alimentent de façon équivalente l'idéologie de l'université.

2.2. L'espace social

L'ouvrage de Lefebvre sur la production de l'espace permet de comprendre la signification du terme « espace social » et d'exprimer l'importance de l'espace dans nos activités en tant qu'humains, notamment pour l'idéologie d'une société. Il met également en évidence le fait que des rapports sociaux se développent dans l'espace et y prennent forme. À défaut d'analyser le lien entre ces rapports sociaux et l'espace comme le fait Lefebvre, nous nous concentrons sur ce que ces rapports sociaux nous révèlent en lien avec l'idéologie.

Lefebvre et la littérature sur l'espace social

Lefebvre s'est essentiellement consacré à l'histoire des villes et à la constitution de l'urbain (Paquot, 2009). Fondateur de la revue *Philosophies* en 1924, il a été entre autres l'auteur de nombreux ouvrages politiques ou traitant de problèmes sociétaux (Paquot, 2009). L'impact de ses publications est difficilement mesurable, mais leur importante diffusion et les témoignages de praticiens sur l'influence qu'a pu avoir Lefebvre sur leurs travaux laisse entendre que cet auteur a marqué les esprits (Paquot, 2009). Dans son livre « La production de l'espace » (1974), le concept de l'espace social présente une perspective pertinente sur la façon dont s'articulent l'idéologie d'une société, qui guide cette dernière et l'encadre, et l'espace à travers lequel l'idéologie s'exprime.

Lefebvre n'est pas le seul auteur à s'être consacré à l'importance de l'espace comme élément social. Pendant longtemps l'espace n'était étudié que sous des perspectives scientifiques pures comme les mathématiques et la physique. Des espaces tels les forums, les amphithéâtres, les arènes, etcetera ont déjà longtemps auparavant permis aux rapports sociaux de se déployer. Mais l'espace n'était pas nécessairement observé comme une composante révélatrice de la société. En France, ce n'est que durant les années 70 et 80 que l'espace a commencé à être considéré comme un aspect social et culturel de l'humanité (Frémont, 1974). Les œuvres de Foucault, de Lacan et de Derrida ont favorisé une nouvelle compréhension de l'espace dans sa relation avec de nombreuses disciplines telles que l'éducation, la religion, la sociologie, la philosophie, etcetera (Arias, 2010). Foucault (1984) met lui aussi en évidence le rôle de l'espace dans les relations sociales : « It is somewhat

arbitrary to try to dissociate the effective practice of freedom by people, the practice of social relations, and the spatial distributions in which they find themselves. If they are separated, they become impossible to understand.¹ » L'espace est ainsi considéré comme dimension indissociable des relations sociales et à prendre en compte dans l'observation de phénomènes sociaux. L'intérêt pour ce qu'Arias (2010) définit comme « the spatiality of social life² » n'a cessé de croître et a mené de nombreux géographes, philosophes et théoriciens à se questionner sur le rôle de l'espace au sein de la société.

L'espace social et les rapports sociaux comme dimensions de l'idéologie

S'il existe une littérature très riche en ce qui concerne la relation de l'espace et de la société, Lefebvre (1974, p. 55) a retenu notre attention dans le cadre de ce mémoire, car il accorde une importance toute particulière à la notion d'idéologie et à la façon dont elle se réfère à l'espace, comme il a déjà été démontré ci-avant. L'espace, en tant qu'élément social, devient une des dimensions de l'idéologie.

Ce que définit Lefebvre comme étant les rapports sociaux est également repris comme dimension afin d'identifier le fonctionnement hiérarchique de la communauté universitaire. Les rapports sociaux font ainsi eux aussi partie des nombreux éléments donnant corps à l'idéologie d'une université, puisqu'ils permettent de déduire comment les membres de l'université communautaire interagissent.

Voici les deux éléments principaux de l'œuvre de Lefebvre qui sont mis en relation avec le concept d'idéologie : d'abord l'espace social, qui permet d'influencer et analyser la société. Il est considéré comme un moyen pour l'idéologie de s'exprimer. Ensuite les rapports sociaux, qui sont utilisés pour définir la hiérarchie ainsi que les divers codes de la communauté universitaire et qui expriment également une partie de l'idéologie universitaire. Malgré les nombreuses définitions de l'espace social rencontrées dans la littérature, nous nous limitons, dans le cadre de ce mémoire, à celle donnée par Lefebvre, car sa définition inclut fortement la notion d'idéologie telle qu'observée dans l'analyse.

La production de l'espace, un ouvrage compliqué

La complexité des œuvres de Lefebvre les rend parfois difficiles d'accès pour le lecteur. À titre d'exemple, Seyler (1968) décrit son essai sur « Le droit à la ville » comme un mélange

¹ « Il est quelque peu arbitraire de vouloir dissocier la pratique effective de la liberté par le peuple, la pratique des relations sociales et les distributions spatiales dans lesquelles elles se retrouvent. Si on les sépare, il devient impossible de les comprendre »

² « la spatialité de la vie sociale »

de pensées confuses et d'un regard lucide : « Cet essai est, il faut bien le dire, difficile à lire. [...] La pensée va, vient, repart, se fait elliptique et suppose le lecteur très informé. La forme est parfois obscure, mais aussi, souvent, d'un brio auquel on ne résiste pas. » Il en est de même pour « La production de l'espace » dont les concepts d'idéologie, d'espace social et de rapports sociaux sont utilisés dans le cadre de ce mémoire. Les concepts requis sont par conséquent abordés, sans être élaborés de façon aussi détaillée. Les autres nombreux concepts de l'espace social sont exclus de ce mémoire³.

L'espace, un produit social

Lefebvre considère l'espace social comme un « produit social » (Lefebvre, 1974, p. 35), c'est-à-dire qu'il possède une fonction active. La production se définit comme étant une suite d'opérations dont les résultats coexistent. Les humains *produisent* leur vie et leur monde : ils peuvent les percevoir, les générer, les modifier, les contrôler et ils sont représentés par des actions qui se succèdent. Si l'on applique cette définition à l'espace, cela signifie qu'il est le produit des activités humaines. Ces activités naissent dans l'espace, changent et se succèdent. Les mots que nous utilisons au quotidien comme « centre commercial », « lieu public » ou « espace de lecture » expriment directement la fonction attribuée par les humains à l'espace (Lefebvre, 1974, p. 23). Les humains s'en servent par la pensée et l'action. On aurait tendance à croire que c'est l'action prévue pour l'espace qui va définir à quoi ce dernier va ressembler. C'est pourtant l'inverse : en modulant l'espace, c'est lui qui sera la source et l'origine de l'activité et qui la définira. L'espace influence donc les actions qui naîtront en son sein et dirige notre comportement vers les activités voulues.

L'importance de l'espace pour la société

Lefebvre exprime la relation entre l'espace et les activités de manière inattendue dans le sens où il leur procure un aspect vivant : « Dans la réalité, l'espace social *incorpore* des actes sociaux, ceux de sujets à la fois collectifs et individuels, qui naissent et qui meurent, pâissent et agissent. Pour eux, leur espace se comporte à la fois vitalement et mortellement ; ils s'y déploient, ils se disent et rencontrent les interdits ; puis ils tombent et leur espace contient leur tombe. » (Lefebvre, 1974, p. 43) Cette phrase exprime particulièrement bien

³ Le fonctionnement de l'espace social et des différents types d'espaces selon Lefebvre est très riche et offre de multiples perspectives sur l'espace comme outil analytique. L'explication détaillée sur ces concepts est reprise en annexe sous le point 9.1. Le fonctionnement de l'espace selon Lefebvre (p. 81).

l'importance fondamentale de l'espace pour l'Homme dans le sens où l'Homme, en tant qu'être social, y passera sa vie.

Sans lui, une société ne serait qu'une entité abstraite et perdrait peu à peu son sens, son identité et sa réalité. Elle doit produire *son* espace, « le sien » (Lefebvre, 1974, p.65), pour pouvoir être reconnaissable et se discerner dans le temps et des autres formes. En effet, il est difficile de s'imaginer une société qui ne s'exprimerait pas à travers l'espace : la religion, l'art et les normes d'une société sont tous reliés à l'espace et ne peuvent pas exister sans ce dernier. L'inverse signifierait imaginer une religion sans lieu de culte, de l'art sans tableau ni sculpture, une justice sans tribunal. Une idéologie n'est elle aussi concrète que si elle se réfère à un espace et élabore un discours sur celui-ci (Lefebvre, 1974, p. 55).

Cependant, on constate que l'idéologique, le pratique et le vécu se distinguent dans l'espace (Lefebvre, 1974, p. 65), ce qui peut donner naissance à d'éventuelles incohérences qui s'expliquent par la façon dont les différents espaces sont entrelacés. Au vu de la complexité avec laquelle ces différents types d'espaces interviennent dans le fonctionnement de l'espace social, ils ne sont pas explicités et n'apparaissent pas dans la présente analyse.

Les rapports sociaux

Lefebvre distingue différents types de rapports sociaux qui naissent dans l'espace : les rapports de reproduction et les rapports de production. Ceux-ci ont lieu dans différents espaces. Les rapports de production concernent « la division du travail et son organisation, donc les fonctions sociales hiérarchisées » (Lefebvre, 1974, p. 41), tandis que les rapports de reproduction sont « les rapports biophysiques entre les sexes, les âges, avec l'organisation spécifiée de la famille » (Lefebvre, 1974, p. 41). Dans le contexte de ce mémoire, nous nous concentrons uniquement sur l'importance des rapports de production et sur leur pouvoir d'organisation des membres d'une société, dans notre cas des membres de la communauté universitaire. Les rapports de reproduction touchent à des interactions sociales qui ne sont pas reprises dans notre analyse, car elles ne sont pas identifiables dans les documents qui ont été choisis pour effectuer les observations. Dans la suite du mémoire, les rapports de production sont assimilés au concept de rapports sociaux.

Ces rapports sociaux expriment un mode de fonctionnement bien défini pour l'université. Ils sont par conséquent employés dans l'analyse comme dimension idéologique permettant de comprendre la relation entre les différents membres de la communauté universitaire.

2.3. Les métaphores

Cette partie théorique sur les métaphores permet de comprendre comment elles sont mobilisées pour analyser la communication visuelle de l'université sur ses espaces. Pour rappel, il est considéré que l'idéologie de l'université, donc le but de la stratégie de communication, s'exprime en partie à travers les espaces universitaires. Contrairement à l'utilisation habituelle et simple des métaphores dans le langage courant, la méthode de pensée proposée consiste à voir la métaphore comme un outil homologique. Cela revient à penser un objet par un autre en y associant ses propriétés.

2.3.1. Types de métaphores

Commençons par rappeler l'utilisation habituelle des métaphores telle que nous la connaissons. La forme la plus courante des métaphores est celle employée dans la littérature en tant que figure de style pour former une analogie : « Figure de rhétorique, *et par ext.* Procédé de langage qui consiste à employer un terme concret dans un contexte abstrait par substitution analogique, sans qu'il y ait d'éléments introduisant formellement une comparaison » (Le Nouveau Petit Robert, 2007). Les métaphores sont présentes au quotidien et sont employées de manière naturelle et fréquente par l'être humain, sans que celui-ci n'en prenne constamment conscience et remette en question son utilisation. Or, de nombreux auteurs tels que Schön (1993) utilisent les métaphores de façon tout à fait inhabituelle. L'utilisation des métaphores pour analyser les espaces est essentiellement inspirée de Wallemacq (1998), qui propose une « *method of thinking*⁴ » homologique grâce aux métaphores.

Les métaphores implicites

Lorsqu'on utilise les métaphores dans le langage courant, on constate que leur emploi n'est généralement pas introduit de manière explicite. Par exemple quand l'on dit de quelqu'un qu'il est « une vraie mule », nul besoin de préciser que l'on entend par là que la personne est têtue. Lakoff et Johnson (2008) qualifient ces métaphores comme étant « implicites ». C'est-à-dire que ces métaphores organisent et conditionnent nos approches et perceptions par rapport à des concepts quotidiens de manière naturelle et ancrée dans nos schémas de pensée. Elles sont un outil de comparaison qui portent une vision imprégnée dans notre esprit, à tel point qu'il peut être difficile de s'en détacher et de penser un concept de façon autre que par la métaphore qui lui est généralement attribué. Pour reprendre l'exemple de la mule, cette

⁴ « méthode de pensée »

métaphore est tellement ancrée dans notre esprit que personne ne pensera à désigner quelqu'un de « mule » parce qu'il a de grandes oreilles sans donner des explications explicites à ce propos. Ainsi, ces métaphores quotidiennes nous empêchent de voir les choses autrement. Elles sont considérées comme « implicites » (Lakoff et Johnson, 2008), car elles naissent de manière spontanée et n'ont pas besoin d'être explicitées pour être comprises.

Les métaphores génératives

Des métaphores peuvent également être utilisées dans des démarches créatives telles que proposées par Schön (1993) pour permettre de se détacher de cette réalité imprégnée : la « métaphore générative » consiste à penser un objet d'observation par un autre en choisissant deux objets de nature très différente. Cette utilisation des métaphores permet donc justement de penser et voir les choses autrement. L'exercice consistant à comparer deux objets n'ayant a priori rien à voir l'un avec l'autre, il peut sembler difficile et absurde au premier abord. Néanmoins il est source d'imagination et une fois la « re-description » d'un objet effectuée en fonction d'un autre, il est possible de voir cet objet sous de nouvelles facettes.

Schön (1993, p. 139) explique très bien le principe à l'aide d'un exemple concret. Des chercheurs en développement de produits réfléchissent à la façon dont ils pourraient améliorer un pinceau grâce à des poils synthétiques et ont soudain l'idée de le comparer à une pompe. Au lieu de s'imaginer que le pinceau « étale » la couleur sur une surface, ils préfèrent se dire que la couleur est « pompée » à travers les poils de la brosse et peut ainsi être répartie sur le mur. Ceci mène à une multitude de comparaisons entre les propriétés du pinceau et de la pompe, aboutissant sur des façons nouvelles et originales de concevoir un pinceau. Cela permet également de modéliser un pinceau dont les angles de la brosse sont beaucoup plus lisses et permettent de « pomper » la peinture et de la répartir de manière plus uniforme sur les murs. Appliquer les propriétés de l'un aux propriétés de l'autre permet de résoudre des problèmes de manière très inattendue. Généralement, la comparaison se fait sur la base de différentes dimensions propres aux deux objets, par exemple la forme, le mouvement, la texture etcetera. Cette technique est habituellement utilisée dans un contexte de résolution de problèmes ou afin de créer des allusions et comparaisons intéressantes entre différents systèmes.

La métaphore, un outil homologique

La démarche proposée par Wallemacq (1998) dans son article « Totem and Metaphor : The Concept of Network as a Symbolical Operator » est similaire à celle proposée par Schön (1993) et s'applique dans des contextes de réorganisation de la pensée. Cette démarche se

base essentiellement sur l'idée que « The meaning of words should not be understood in a correspondence relationship between words and things. Language [...] fundamentally refers to the context. But the context itself is not pre-existing. Therefore, the meaning is not given in advance.⁵ » (Wallemacq, 1998) Wallemacq (1998) fait beaucoup référence à la « pensée sauvage » de Lévi-Strauss (1962), qui induit un mode de pensée « primitif », et pourtant bien organisé par une logique homologique permettant de penser l'un par l'autre. Le but est de créer une comparaison non pas entre le contenu de deux objets tels qu'ils sont connus dans leur contexte habituel, mais de les séparer de leur contexte en comparant uniquement leur logique ou certaines de leurs propriétés. Wallemacq (1998) donne pour cela l'exemple du totémisme, où la logique de l'ordre animal est appliquée à la logique de l'ordre social des humains. Il ne s'agit pas de comparer un loup à un être humain à proprement parlé, mais plutôt d'identifier, par exemple, les propriétés de loup qui, mises en relation avec l'ordre social, prennent alors un tout nouveau sens, comme la solitude, l'instinct ou l'intelligence. Il s'agit ainsi de se détacher du sens originnaire d'un mot comme il est connu dans un certain contexte pour pouvoir lui donner un nouveau sens dans un autre contexte, en relation avec ses propriétés.

Dans le contexte de ce mémoire, les métaphores sont utilisées comme méthode de pensée homologique afin de comprendre ce que les espaces nous racontent sur le fonctionnement de la société qu'ils hébergent. Dans le cas de l'université, il s'agit donc d'observer, en mettant les espaces en relation avec des métaphores et en appliquant les propriétés de ces dernières au fonctionnement de l'université, ce que l'on peut en déduire sur l'idéologie de l'université.

2.3.2. Application des métaphores

L'utilisation homologique des métaphores pour l'analyse se justifie par leur tendance à évoquer en nous des liens symboliques. Nous partons du principe qu'elles révèlent, tels les totems, les caractéristiques profondes et déterminantes des objets auxquels elles sont associées. La partie suivante propose une méthode d'association et de choix des métaphores pour les espaces, car il ne s'agit pas d'associer n'importe quoi à n'importe quel espace. Dans l'exemple des totems, on constate qu'il est plus facile d'effectuer une association homologique entre deux objets de comparaison s'ils possèdent tous les deux des

⁵ « Le sens des mots ne doit pas être compris dans une relation de correspondance entre les mots et les choses. Le langage [...] se réfère fondamentalement au contexte. Mais le contexte lui-même n'est pas préexistant. En conséquence, le sens n'est pas donné à l'avance. »

caractéristiques évoquant un fonctionnement ou un but similaire. Pour les animaux et les hommes, le caractère social des animaux permet d'effectuer l'association aux comportements humains. Comme il s'agit ici d'espaces universitaires, le but est de les comparer à un autre type d'espaces. Pour réduire le champ et ne pas se perdre dans la définition de ce qui peut être qualifié d'espace universitaire, l'analyse se limite à l'observation de bâtiments universitaires. Les lieux comme les parcs par exemple sont par conséquent exclus de l'analyse des espaces.

Association des métaphores

Le but est de faire naître les métaphores de façon spontanée à partir de formes, de noms ou de structures qui peuvent potentiellement évoquer autre chose en étant associés à des espaces. Ce rapprochement demande très peu d'effort. Par exemple un bâtiment ayant pour nom la « Tour Henri » évoque en nous automatiquement l'image d'une tour, même si le bâtiment n'a pas du tout l'apparence d'une tour. Un bâtiment ressemblant à un château, même s'il ne porte pas le nom d'une forteresse, évoque en nous tout de même l'image d'un château. En analysant en profondeur ces métaphores, il s'agit donc de découvrir ce qu'elles nous révèlent sur la structure et le fonctionnement de l'objet observé. Dans l'exemple de la tour, il s'agit de comprendre pourquoi ce bâtiment nous évoque l'image d'une tour et ce que cela nous révèle sur son rôle et sa raison d'être. Ceci est ensuite mis en relation avec l'idéologie de l'université, dont les autres dimensions sont observées en amont des espaces.

Choix des métaphores

Le choix des métaphores se fait sur la base d'un certain critère. Dans le contexte de ce mémoire, il s'agit d'utiliser les métaphores pour générer des perceptions du fonctionnement de l'université en observant ses bâtiments, définis au préalable comme ayant une forte connotation symbolique. Pour ne pas se perdre dans la recherche de métaphores adéquates, celles-ci sont choisies sur la base de l'évocation de formes issues d'un autre contexte et la métaphore déduite fait automatiquement elle aussi référence à un type de bâtiments. Il n'est donc pas question de comparer un bâtiment à une fleur ou à tout autre objet : pour faciliter la comparaison, il est primordial d'employer la métaphore d'un bâtiment en particulier. Les métaphores utilisées se limitent par ailleurs uniquement à analyser l'aspect visuel et extérieur des bâtiments universitaires. L'intérieur des bâtiments, que ce soit sous forme de métaphores ou de tout autre méthode de pensée, est exclu du champ d'observation. Il serait trop complexe de se concentrer à la fois sur l'apparence extérieure et intérieure des bâtiments comme dimension spatiale de l'idéologie. De plus, les bâtiments sont davantage montrés de

l'extérieur par les outils de communication visuels sélectionnés pour l'analyse. Cela n'exclut néanmoins nullement l'idée que l'observation de l'intérieur des espaces universitaires peut elle aussi être intéressante dans son rapport avec l'idéologie, mais elle n'est pas abordée dans ce mémoire.

2.4. L'enseignement

Afin de pouvoir se pencher sur le modèle d'enseignement comme dimension de l'idéologie universitaire, il est important d'avoir une vue globale sur les différents modèles existants et leurs caractéristiques.

Définition du modèle d'enseignement

Le modèle d'enseignement est défini par Legendre dans son Dictionnaire actuel de l'éducation de la façon suivante : « Modèle qui présente un agencement spécifique d'activités et d'interventions, et constituant une représentation d'un type particulier d'enseignement ; ensemble d'activités pédagogiques interreliées qui s'appuient sur une représentation de l'être humain, de l'apprentissage et de la société » (Legendre, 2005, p. 286). Il est donc un outil permettant à l'enseignant d'accompagner son étudiant dans le processus d'apprentissage (Joyce *et al.*, 2009, p. 7) et en même temps permettant à l'université de trouver sa place au sein de la société.

Un modèle d'enseignement se caractérise ainsi par deux composantes : il est constitué d'une partie pédagogique, se concentrant sur la façon d'enseigner, et d'une partie sociale permettant à l'université de se positionner en tant qu'institution par rapport à la société. Ces deux composantes sont souvent qualifiées dans la littérature comme représentant des modèles d'enseignement, mais de manière séparée. Elles font en vérité indéniablement toutes les deux parties du modèle d'enseignement global, mais de manière distincte puisqu'elles ne s'axent pas sur les mêmes dimensions. Pour éviter toute confusion, les termes « modèle pédagogique » et « modèle d'enseignement supérieur » seront employés pour décrire ces deux composantes. Après avoir présenté les différents modèles se basant sur les courants pédagogiques existants, les diverses possibilités de positionnement de l'université par rapport à la société seront également présentées.

2.4.1. Les modèles pédagogiques

Il existe plusieurs types de modèles appartenant à différents courants pédagogiques et il est entièrement possible et même recommandé de ne pas se concentrer uniquement sur un type de modèles, mais d'en combiner plusieurs. Ceci est dû au fait que les différents modèles

n'orientent pas uniquement la façon dont les enseignants travaillent, mais aussi la façon dont les étudiants apprennent. Varier les outils et combiner les différents modèles permet ainsi aux étudiants de combiner diverses stratégies d'apprentissage. Ceci améliore grandement leur capacité d'apprendre plus facilement et plus efficacement (Joyce *et al.*, 2009, p. 12). Il est donc probable que lors de l'analyse des universités, on ne retrouve pas seulement un mais plusieurs modèles pédagogiques utilisés. Cependant il s'agit de définir le modèle dominant afin de faciliter la comparaison des différents établissements universitaires dans leur orientation idéologique globale.

Les modèles pédagogiques dans la littérature

Dans la littérature, il existe une variété illimitée de modèles. Les recherches en la matière se poursuivent de nos jours, créant constamment des nouveaux outils pour l'enseignement. On observe cependant quatre grands courants pédagogiques repris par la plupart des auteurs.

Le terme de courant pédagogique est défini par Legendre (2005) : « Orientation pédagogique reposant sur des principes et des valeurs ayant une finalité spécifique ». Cela signifie que le courant pédagogique choisi influence les objectifs qu'un établissement d'enseignement poursuit. Bien que les noms puissent varier, les descriptions des modèles repris par ces différents auteurs ont tendance à se rejoindre pour décrire des modèles similaires. Ceci est le cas pour deux références en matière de modèles d'apprentissage : les œuvres de Raby et Viola (2007) et de Joyce *et al.* (2009). Les deux ouvrages offrent une vue globale des modèles d'enseignement existants tout en montrant diverses applications pratiques adaptées en fonction de l'enseignement et de l'apprentissage souhaités.

Voici les quatre courants repris dans ces ouvrages : le cognitivisme, le socio-constructivisme, l'humanisme et le behaviorisme (Raby et Viola, 2007). Si Raby et Viola (2007) décrivent leurs modèles essentiellement sur base de ces quatre termes, Joyce *et al.* (2009, p. 28) décident de classer les différents modèles par « famille ». Le tableau 2.4.1. (1) reprend les termes des deux ouvrages définissant un même courant.

Période historique	Définition de Joyce <i>et al.</i> (2009)	Définition de Raby et Viola (2007)
1905-1968	Behavioral family	Behaviorisme
1969-1979	Personal family	Humanisme
1986-1998	Information processing family	Cognitivisme
1998-...	Social family	Socio-constructivisme

Tableau 2.4.1. (1) : Les courants pédagogiques

Pour faciliter la lecture et pouvoir observer l'évolution et la naissance des différents courants, ceux-ci ont été classés chronologiquement. La période comprise entre 1979 et 1986 concernant le courant néo-behavioriste ne sera cependant pas abordée. Ce modèle ne se démarque pas assez des autres modèles dans ses caractéristiques que pour être élaboré. Les termes de Raby et Viola (2007) seront principalement repris pour la présentation des modèles plutôt que ceux de Joyce *et al.* (2009), car ceux-ci s'avèrent plus intuitifs en raison de leur lien avec les courants de pensée connus et régulièrement repris dans la littérature.

L'évolution et la coexistence des modèles pédagogiques

Il est intéressant de constater que bien souvent, un courant de pensée est né en réponse à un autre afin de soit le contredire, soit le compléter. Le socio-constructivisme, par exemple, se base sur le cognitivisme en le réagençant et en le complétant. Le cognitivisme est lui-même une réponse au behaviorisme, dont il contredit la logique. Cela explique notamment l'ordre chronologique des modèles. Or, il est important de retenir, comme déjà précisé, qu'aucun des modèles n'est moins bien qu'un autre ou qu'ils évoluent tous de la façon représentée dans le tableau 2.4.1. (1). Un bon enseignant arrivera à tirer le meilleur de chacun des modèles, à les utiliser en alternance et à jongler avec ceux-ci pour s'adapter aux élèves et développer leurs compétences à l'aide de différents outils.

Durant l'analyse sont observés un modèle socio-constructiviste et un modèle humaniste. Voilà pourquoi ceux-ci seront élaborés plus en détail par rapport aux deux autres.

Le modèle behavioriste

Commençons par le modèle d'enseignement behavioriste, appelé aussi « enseignement direct ». Son application la plus connue et fréquente est celle du cours magistral. Le courant de pensée behavioriste présuppose que l'étudiant a une « tête vide » au départ, donc qu'il n'a pas de connaissances antérieures, et que le comportement peut être interprété comme une réponse à un stimulus. L'enseignant joue un rôle de « transmetteur » : il apporte le stimulus nécessaire au comportement de l'étudiant. C'est la raison pour laquelle on parle d'enseignement direct, puisque le savoir est directement montré et expliqué. L'enseignement direct ou cours magistral reste la méthode la plus connue et propagée, surtout dans les universités, pour des raisons de gains de temps et de facilité pour permettre d'enseigner à un grand nombre d'étudiants. Cependant, le modèle a pour défaut principal de négliger les connaissances antérieures des étudiants.

Le modèle cognitiviste

Le modèle cognitiviste s'est construit en réaction à ce manque d'inclusion des connaissances antérieures. Également connu comme enseignement stratégique, le but est de permettre de reconstruire sans cesse la compréhension que l'étudiant a de la réalité. L'apprentissage se fait par un conflit entre ce que l'étudiant pense savoir et ce qu'il voit, ce qui l'oblige à revoir sa compréhension des choses. Le savoir se cherche et se découvre en élaborant des concepts et l'enseignant motive l'étudiant à revoir l'acquis en le stimulant par des contre-exemples. L'apprentissage est une découverte suite au traitement des informations mises à disposition. L'avantage de ce modèle est qu'il met l'étudiant dans une situation complexe d'apprentissage et que l'étudiant poursuit une démarche auto-correctrice. De manière générale, ce modèle est centré sur un apprentissage intra-individuel et il exclut le rôle des interactions sociales, qui peuvent être aussi des sources d'apprentissage et d'évolution.

Le modèle socio-constructiviste

Le modèle socio-constructiviste intègre la dimension sociale à la perspective cognitiviste. Les interactions sociales sont ainsi considérées comme génératrices du progrès individuel et le but est de créer des « communautés d'apprentissage » (Joyce *et al.*, 2009, p. 30). Le conflit auquel l'étudiant fait face n'est plus individuel, mais il est confronté à la perspective d'autrui, ce qui lui permet de rectifier sa propre notion du savoir. Le savoir se construit en étant remis en question pour devenir plus performant et plus précis. Dans cette optique, l'enseignant se contente de jouer le rôle de médiateur et provoque l'interaction entre les étudiants. Cela peut se faire sous forme de travaux de groupes ou lors de débats collectifs par exemple. La résolution du problème se fait de manière commune. Les erreurs sont une étape à franchir afin d'obtenir une correction et une compréhension plus précise. Voici quelques exemples de méthodes socio-constructivistes (Joyce *et al.*, 2009, p. 30) : l'investigation en groupe, qui pousse les étudiants à la participation et leur permet de développer simultanément leurs compétences académiques et sociales, le « social inquiry » menant à l'apprentissage et au raisonnement logique collectif, et l'interdépendance positive afin de développer des stratégies interdépendantes au sein de l'interaction sociale. Le modèle permet en grande partie la socialisation des étudiants et reprend le caractère fondamentalement social de l'être humain, mais il limite les étudiants aux normes sociales. Ainsi certaines capacités peuvent ne pas être développées parce que l'étudiant se voit forcé d'intégrer un groupe ou une société. De plus, les méthodes peuvent être parfois difficiles à gérer en classe et la compréhension des concepts, évaluée souvent au niveau du groupe, ne représente pas forcément la compréhension de chaque individu au sein du groupe.

Le modèle humaniste

Pour finir, le modèle humaniste se concentre beaucoup plus sur l'individualité et le caractère humain de l'étudiant. Le but d'un apprentissage est de développer les compétences humaines comme la confiance en soi, l'indépendance ou la notion de responsabilité. Par cet apprentissage, l'étudiant se découvre et prend conscience de ce qu'il est en tant qu'être humain. Aussi connu sous le nom de « pédagogie ouverte », l'objectif est d'intégrer les aspects à la fois intellectuels et émotionnels de la personnalité de chacun (Joyce *et al.*, 2009, p. 33). L'étudiant étant auto-responsable, c'est à lui « d'accoucher » de ses connaissances en cherchant les bonnes réponses. L'enseignant l'accompagne en lui posant les questions adéquates pour confirmer ces bonnes réponses. Les erreurs sont ignorées, car l'étudiant doit se concentrer sur les résultats qui lui apporteront une évolution positive. Certaines techniques proposées par Joyce *et al.* (2009, p. 33) sont les suivantes : l'enseignement « non-directif » qui stimule l'autonomie et l'estime de soi, l'« awareness training » qui travaille sur la perception et l'estime de soi, la sensibilité interpersonnelle et l'empathie, et la « self actualization » qui vise à développer la compréhension personnelle et la capacité à évoluer en tant qu'individu. Ce modèle bénéficie bien entendu d'une démarche très individualisée et personnelle répondant aux besoins de chaque étudiant, tout en l'accompagnant dans le développement de sa personnalité. Il est cependant à noter qu'il n'est pas toujours possible de se consacrer à chaque étudiant de façon aussi individualisée et poussée et que la gestion en classe devient très compliquée.

Tableau des modèles pédagogiques

Le tableau 2.4.1. (2) reprend les éléments explicités plus haut afin de faciliter la compréhension globale du lecteur. La plupart des universités utilisent de façon prédominante un modèle en particulier. Celui-ci est mis en avant dans le plan stratégique de manière plus visible que les autres, même si ceux-ci ne sont pas forcément exclus de la méthode d'enseignement.

Dimensions	Modèle behavioriste	Modèle cognitiviste	Modèle socio-constructiviste	Modèle humaniste
Autres noms	Enseignement supérieur	Enseignement stratégique	Apprentissage coopératif	Pédagogie ouverte
Enseignant	Transmetteur	Penseur	Médiateur	Accompagnateur
Étudiant	A la tête « vide »	Suit une démarche de recherche	A des connaissances antérieures	« Accouche » des connaissances
Compétences	Intellectuelles	Analytiques	Sociales	Humaines et personnelles
Savoir	Expliqué et montré	Se cherche et se découvre (suivant un stimulus)	Remis en question en itération et est collectif	S'obtient en cherchant les bonnes réponses
Stratégies d'enseignement	Cours magistral	Informations mises à disposition	Travaux de groupe et débats collectifs	Enseignement non directif
Avantages	Homogénéité Gain de temps	Confronte à une situation complexe et enrichissante	Stimule la socialisation des étudiants	Démarche individualisée et personnelle
Désavantages	Aucune connaissance antérieure	Classification des concepts Apprentissage intra-individuel	Limité par les normes sociales	Gestion en classe compliquée

Tableau 2.4.1. (2) : Les modèles pédagogiques

2.4.2. Les modèles d'enseignement supérieur

« Higher education is no longer a luxury; it is essential for survival. Higher education is essential to national social and economic development.⁶ » (Task Force on Higher Education and Society, 2000, p. 14)

Contrairement à la partie consacrée aux modèles pédagogiques qui est plus axée sur la façon d'enseigner, cette partie est dédiée aux rôles des universités au sein de la société et à leur évolution dans le temps. Comme pour les modèles pédagogiques, on constate lors de l'analyse que certains modèles peuvent coexister, mais que les universités se basent très souvent essentiellement sur un modèle principal. La coexistence de plusieurs modèles est d'ailleurs ici moins viable, car les objectifs fixés par les différents modèles sont difficiles à

⁶ « L'enseignement supérieur n'est plus un luxe ; il est essentiel à la survie. L'enseignement supérieur est essentiel au développement social et économique national. »

coordonner et sont même souvent contradictoires. De manière générale, on constate qu'un modèle plus ancien, le modèle humboldtien qui est présenté dans un prochain sous-point, a évolué vers des modèles plus récents pour permettre de répondre aux besoins de la société actuelle.

Les changements dans la société, un besoin d'adaptation pour les universités

Cette évolution a été grandement influencée par les gouvernements, la société et les enjeux économiques. Ceci permet notamment de comprendre le contenu principal des plans stratégiques de la plupart des universités, qui doivent être à présent capables de justifier leurs objectifs auprès des autorités publiques en fonction des besoins du monde extérieur. Ces modèles soulignent également le besoin de l'université de s'adapter à des conditions environnementales qui évoluent en permanence. Les anciens modèles n'étant plus adaptés, elles sont constamment obligées de s'orienter vers de nouveaux. La responsabilité envers les attentes de la société n'a en effet pas toujours été aussi forte qu'aujourd'hui et le fonctionnement de la recherche a été profondément impacté par ce changement.

La globalisation et l'évolution actuelle vers une « société du savoir » force le marché du travail à devenir de plus en plus compétitif (Sam et Van der Sijde, 2014). Les attentes envers l'enseignement supérieur sont grandissantes. Les universités deviennent ainsi le pilier de ce que l'on appelle « l'économie du savoir » (Welch, 2011, p. 4), ce qui les oblige à revoir leurs structures traditionnelles afin de répondre aux pressions du gouvernement, de la société et du marché du travail. Comme décrit par Sam et Van der Sijde (2014): « In brief, universities have been undergoing fundamental changes over the last few decades from the traditional missions of teaching and research to encompass the entrepreneurial role as the third mission to fully realize their potentials to contribute to the socio-economic development.⁷ »

Il existe en tout quatre grands modèles pour l'enseignement supérieur, dont trois sont d'origine européenne et un est d'origine américaine. Il s'agit des modèles humboldtien, napoléonien, anglo-saxon et du modèle anglo-américain. Les Universités de Sheffield et de Fribourg se concentrant respectivement sur les modèles napoléonien et humboldtien, ceux-ci seront élaborés plus en détail.

⁷ « En bref, les universités ont subi des changements fondamentaux au cours des dernières décennies, passant des missions traditionnelles d'enseignement et de recherche à un rôle entrepreneurial comme troisième mission afin de réaliser pleinement leur potentiel de contribution au développement socio-économique. »

Le modèle humboldtien

Le modèle humboldtien, datant du 19^e siècle, est centré sur le terme de « science ouverte » (De Meulemeester, 2011), est basé sur deux grands principes : d'abord l'apprentissage se fait sur la base des recherches effectuées en amont, ensuite la recherche et l'enseignement requièrent une liberté totale sans aucune intervention des gouvernements (Elton, 2008), dont le rôle est le financement et la protection de l'établissement supérieur face au monde extérieur (De Meulemeester, 2011). On attend des étudiants et des professeurs qu'ils collaborent afin de contribuer ensemble à la science. Ce modèle est perçu comme étant à l'origine de la « research university » (Elton, 2008) des temps modernes. La quête de science pure est considérée comme plus importante que la formation professionnelle (Sam et Van der Sijde, 2014). Cependant, les contraintes appliquées aux universités de nos jours, leur demandant en quelque sorte de « rendre des comptes » (De Meulemeester, 2011), ne permettent pas au modèle de Humboldt de survivre, même si l'éducation et la recherche restent une priorité. L'évolution vers une université de masse pour augmenter l'employabilité des jeunes talents réduit le temps que les professeurs peuvent consacrer à leurs recherches et les oblige à dédier plus de temps à l'enseignement. À la fin des années 70, le modèle d'une université rêvée selon Humboldt décline lentement pour céder sa place à des modèles émergents. Ceux-ci sont mis en place par les pouvoirs publics qui poussent l'enseignement universitaire vers plus de mobilisation et de professionnalisation au profit de la société (De Meulemeester, 2011).

Le modèle napoléonien

Selon Schwartzman et Klein (1994), le modèle français dit « napoléonien » considère que : « Higher education institutions are regarded as public entities, authorizing the students to apply their professions and enjoy the rights and benefits from their degrees, [...] »⁸. Cela implique que toutes les décisions concernant les curriculums proposés, le recrutement des professeurs et la structure organisationnelle sont prises directement au niveau du gouvernement, ce qui retire leur autonomie aux universités (Schwartzmann, 2001) et qui oriente les décisions très fortement en fonction des besoins de la société. Ce modèle se concentre principalement sur l'enseignement direct plutôt que sur la recherche et les compétences personnelles. Les universités rejoignent de cette façon la perspective propre aux « hautes écoles » en France, où l'accent est mis sur la formation professionnelle plutôt que scientifique (Arthur *et al.*, 2007). Comparé au modèle de Humboldt qui est axé

⁸ « Les établissements d'enseignement supérieur sont considérés comme des entités publiques, autorisant les étudiants à exercer leur profession et à jouir des droits et avantages liés à leurs diplômes, [...] »

« recherche », ce modèle peut être considéré comme étant axé « formation » (Sam et Van de Sijde, 2014).

Le modèle anglo-saxon

Le modèle anglo-saxon se base quant à lui sur une éducation plus « libérale » qui vise le développement personnel des étudiants grâce à une relation étroite avec leurs enseignants (Gellert, 1993). Le but est de développer les compétences personnelles des étudiants, mettant en avant le professionnalisme plutôt que la formation (Arthur *et al.*, 2007). Les universités appliquant ce modèle s'avèrent beaucoup plus indépendante en tant qu'institutions lorsqu'on les compare aux universités des modèles précédents (Sam et Van der Sijde, 2014).

Le modèle anglo-américain

Pour finir, le modèle anglo-américain représente une combinaison des différents modèles précédents, ce qui en fait un modèle très varié et qui se démarque. Il est ainsi qualifié de « modèle hybride » (Sam et Van der Sijde, 2014), car il s'approprie les différentes caractéristiques des modèles européens tout en les recyclant pour en faire un nouveau modèle qui influence par après l'Europe dont il est originaire. Ce modèle s'agence parfaitement avec une demande de massification de l'enseignement supérieur et offre un système de gouvernance décentralisé qui permet de rester flexible. Ceci en fait le modèle le plus répandu à l'échelle mondiale (Sam et Van der Sijde, 2014).

Synthèse des modèles d'enseignement supérieur

Comme pour les modèles pédagogiques, le tableau 2.4.2. synthétise les différentes possibilités de positionnement des universités. Contrairement aux modèles pédagogiques qui sont fortement combinés dans le processus d'apprentissage, le modèle d'enseignement supérieur choisi est souvent en lien avec les attentes actuelles de la société. C'est pourquoi le modèle humboldtien serait en voie d'extinction alors que le modèle anglo-américain s'avère être le plus présent, même dans les universités européennes.

Type de modèle	Modèle humboldtien	Modèle napoléonien	Modèle anglo-saxon	Modèle anglo-américain
Période	Fin du 19 ^e siècle	19 ^e siècle	19 ^e siècle	Début du 20 ^e siècle
Indépendance	Totale	Absente	Élevée	Modérée
Orientation	Recherche/science ouverte	Besoins de la société	Besoins des étudiants	Mixte
Enseignement	Dérivé des recherches	Formation	Humaniste	Hybride
Compétences	Scientifiques	Professionnelles	Humaines	Variées
Type d'université	Université de recherche	Université professionnelle	Université « personnelle »/humaniste	Université de masse

Tableau 2.4.2. : Les modèles d'enseignement supérieur

3. Partie méthodologique

Après l'élaboration des différents concepts théoriques nécessaires à la compréhension de la problématique qui encadre l'analyse, la partie méthodologique effectue un rappel détaillé de la question de recherche. Sont présentés ensuite les divers choix concernant l'observation, tels que les données pertinentes, l'objet de l'analyse, la méthode d'observation, le choix des documents et la méthode d'analyse. Finalement, le modèle d'analyse a pour but de guider l'analyse des universités de manière structurée en mettant en évidence les éléments à repérer dans les documents. Il permet notamment d'effectuer le même type d'observations pour les deux idéologies, sans quoi une comparaison et mise en évidence de deux idéologies contrastées, du moins dans leur modèle d'enseignement, n'est pas possible. La façon dont les différents concepts théoriques s'imbriquent et dont ils sont utilisés pour effectuer les observations est reprise dans ce même modèle d'analyse en fin de chapitre.

3.1. La question de recherche

Comme présenté dans la partie théorique, l'idéologie a été définie par trois dimensions que l'on retrouve dans sa stratégie de communication : les rapports sociaux, le modèle d'enseignement et les espaces. Il s'agit d'observer comment les différentes dimensions s'articulent, tout particulièrement comment l'espace est mobilisé dans la communication de l'idéologie.

La question de recherche est dès lors formulée de la sorte : **Qu’apportent les espaces universitaires en termes de communication visuelle à la stratégie de communication de l’université ?**

Pour cela, on peut considérer que la stratégie de communication repose sur deux outils de communication repris dans l’illustration 3.1.: le plan stratégique et la communication visuelle. La stratégie de communication repose en temps normal sur un nombre plus important d’outils de communication, mais l’analyse de l’idéologie de l’université se limite à ces deux types de communication, dont le choix est justifié dans le prochain sous-chapitre.



Illustration 3.1. Les outils de communication

Nous émettons l’hypothèse que la communication visuelle reprend et renforce des éléments du plan stratégique. Dans ce cas, les espaces auraient pour principal but de refléter en grande partie le modèle d’enseignement. Cela implique que les deux outils de communication s’orientent selon un objectif commun.

3.2. Choix des observations et de la méthode d’analyse

Les données analysées peuvent être divisées en deux catégories : la première partie des données est relative aux dimensions de l’idéologie universitaire que l’on arrive à observer de façon essentiellement écrite, donc grâce aux plans stratégiques. Ces données permettent de comprendre fondamentalement les rapports sociaux entre les membres de la communauté universitaire et le modèle d’enseignement préconisé. La seconde partie consiste en des données récoltées à travers la communication visuelle et relatives aux espaces universitaires.

La sélection de deux universités, une étude qualitative

Concernant le choix de l’objet de l’analyse, une autre approche aurait été de retenir un échantillon de plusieurs universités européennes, de déduire les rapports sociaux et leur modèle d’enseignement pour les mettre en relation avec leurs espaces universitaires d’un point de vue communication. Cependant, une analyse vaste effectuée sur plusieurs universités aurait très certainement perdu en richesse et qualité dans le cas précis de cette

recherche, puisqu'une recherche quantitative n'aurait aucunement permis d'effectuer une observation détaillée du modèle d'enseignement et des espaces universitaires. La relation entre les différentes dimensions observées étant très complexe, une analyse approfondie de leur interaction sur un nombre très limité d'universités apporte beaucoup plus d'éléments que sur un plus grand nombre.

Néanmoins, la sélection des universités étant très restreinte, elle est d'autant plus cruciale. Pour cela, nous avons sélectionné deux universités au profil très contrasté : l'Université de Sheffield au Royaume-Uni et l'Université de Fribourg en Suisse. Les deux universités choisies ont été sélectionnées sur la base de leur modèle d'enseignement différant aussi bien en matière d'apprentissage que de positionnement en tant qu'institution universitaire au sein de la société. En raison des origines historiques des modèles d'enseignement supérieur, leur position géographique éloignée préconise déjà un positionnement par rapport à la société et à la recherche très différent. Comme expliqué auparavant, le modèle d'enseignement pédagogique est souvent en liaison étroite avec ce positionnement par rapport à la recherche. Des positionnements différents découlent ainsi automatiquement des modèles pédagogiques eux aussi contrastés. Il est important de préciser que comme il existe une tendance à exploiter divers modèles d'enseignement simultanément, le contraste se base sur le modèle d'enseignement dominant des universités, donc sur celui qui s'exprime le plus distinctement. L'objectif principal de ce choix contrasté entre deux universités est de découvrir si malgré des modèles d'enseignement et donc des plans stratégiques très différents, la contribution de la communication visuelle à travers les espaces à la stratégie de communication globale peut s'avérer similaire dans les deux cas.

Des données écrites et visuelles comme méthode d'observation

L'ensemble des données pertinentes comme défini au préalable a déterminé le choix de la méthode d'observation, qui consiste en un recueil de données existantes tel que défini par Van Campenhoudt (2017, p. 254). Ce type de méthode est particulièrement bien approprié pour l'étude de l'idéologie et des changements dans une société. Cela permet d'avoir une trace écrite ou visuelle sur les éléments pionniers de l'idéologie, qui s'exprime généralement à travers les symboles, les coutumes, le vocabulaire, l'espace et le modèle d'enseignement universitaire. Comme déjà précisé dans la définition des données pertinentes, le but est de trouver des données en rapport avec l'idéologie que l'université souhaite communiquer. Par conséquent, nous avons sélectionné les documents écrits et visuels utilisés par l'université pour se présenter au grand public et nous sommes ainsi tournées vers les plans stratégiques

et les vidéos de présentation du campus des universités. La combinaison permet d'avoir à la fois des dimensions écrites de l'idéologie, donc les rapports sociaux et le modèle d'enseignement, et une observation de la dimension spatiale à travers la communication visuelle.

Il est important de préciser que la collecte de données ne se base que sur des documents officiels en provenance directe de l'entité stratégique de l'université. Les avis d'étudiants dans le cadre d'interviews menées de façon indépendante, par exemple, ont été par conséquent exclus de l'analyse. Ceci est dû au caractère de représentation de l'idéologie. En effet, il ne s'agit pas d'analyser l'idéologie telle qu'elle est réellement perçue et vécue au sein de la communauté universitaire. On peut d'ailleurs se demander si l'on parle à ce moment-là toujours d'idéologie. Le but n'est pas de constater le mode de fonctionnement de l'université proprement dit, car celui-ci est sans doute loin d'être idéal malgré ce que s' imagine l'université. Le but est plutôt de mettre en avant comment l'université souhaite véhiculer son image par une stratégie de communication, donc son idéologie d'une institution d'enseignement et de recherche considérée comme idéale.

Les plans stratégiques

Les plans stratégiques sont des documents officiels disponibles directement sur les sites internet des universités. On les retrouve généralement dans le volet consacré à la stratégie de l'université, juste en dessous de ses valeurs et de son histoire. Ces plans stratégiques reprennent les objectifs que l'université se fixe par rapport à diverses thématiques sur une période de cinq à dix ans, généralement sur une demande du gouvernement ou en accord avec une loi définissant l'obligation de publier un plan stratégique sur une période donnée. Les principaux lecteurs de ce type de documents sont donc les autorités publiques, qui cherchent à vérifier la finançabilité des institutions. Il s'agit d'analyser les plans stratégiques les plus récents, puisque ceux-ci reprennent la vision actuelle de l'université concernant ses objectifs. En effet, une idéologie n'est pas forcément constante et peut évoluer au cours du temps en fonction de changements de facteurs internes et externes à l'université, ce pourquoi il est important d'observer des documents récents. Pour l'Université de Sheffield, le plan stratégique actuellement disponible sur le site concerne la période de 2020 à 2035. Or, celui repris dans l'analyse date de la période de 2015 à 2020, parce que le plan stratégique actuel n'était pas encore disponible sur le site au moment où l'analyse a débuté. Pour l'Université de Fribourg, il s'agit de la stratégie prévue pour la période 2020-2030.

La communication visuelle

La communication visuelle comme définie dans le cadre de ce mémoire a pour but de montrer le campus universitaire et la ville dans laquelle il est implanté aux potentiels étudiants. La présence fréquente d'étudiants dans les vidéos traduit le besoin de s'adresser aux futurs étudiants en particulier plutôt qu'aux enseignants, chercheurs ou autorités publiques. Ces vidéos sont disponibles soit sur le site internet de l'université, soit sur leur canal YouTube si l'université en possède un, ce qui est le cas pour l'Université de Sheffield et celle de Fribourg. Concernant l'ancienneté des vidéos, le but est de ne pas dépasser les périodes des plans stratégiques, donc de ne pas analyser des vidéos antérieures à 2015. Ceci a pour objectif d'éviter de nuire à la qualité de l'analyse par des incohérences contextuelles entre les outils de communication, qui doivent se référer à l'idéologie d'une certaine période. Ensuite, ce sont les vidéos mettant principalement en avant le campus et donc les espaces universitaires, surtout de l'extérieur, qui doivent être sélectionnées. Il ne s'agit pas de choisir des vidéos présentant les programmes de cours ou d'autres thématiques spécifiques et dénuées de lien avec les espaces universitaires. Deux vidéos ont été sélectionnées par université afin de vérifier s'il existe à chaque fois une tendance générale dans la manière de présenter les espaces.

Il est également nécessaire de préciser que le contenu audio et écrit des vidéos n'est pas pris en compte. Comme le définit la notion de « communication visuelle », nous nous limitons à l'apport visuel des vidéos. Ceci n'exclut pas l'importance et la signification des éléments audio, et écrits repris dans les vidéos. Néanmoins, dans le but de faciliter l'analyse, il est considéré que les éléments audio et écrits ramènent fortement à des idées déjà élaborées dans le plan stratégique et qu'il n'est donc pas nécessaire de répéter.

Analyse structurale des documents

En ce qui concerne la méthode d'analyse du contenu des documents sélectionnés, nous nous sommes concentrées sur une analyse structurale des documents. C'est-à-dire que les différents thèmes abordés dans les documents sont mis en relation les uns avec les autres pour constater la façon dont ils s'agencent. Ceci a pour but d'observer le rapport entre les différentes dimensions idéologiques. Ce type d'analyse permet notamment de donner sens aux différents éléments des documents qui paraissent contradictoires au premier abord, alors qu'en réalité ils révèlent une certaine structure et un fonctionnement de l'université dans son ensemble. L'analyse nécessite d'observer l'entité, dans notre cas l'université, avec une certaine distance, en arrivant à mettre de nombreux éléments en commun pour que ceux-ci

prennent sens. Il ne faut pas se fier tout de suite aux premières interprétations, mais il faut les pousser plus loin pour mettre en lumière l'idéologie de l'université telle qu'elle est communiquée.

3.3. Modèle d'analyse

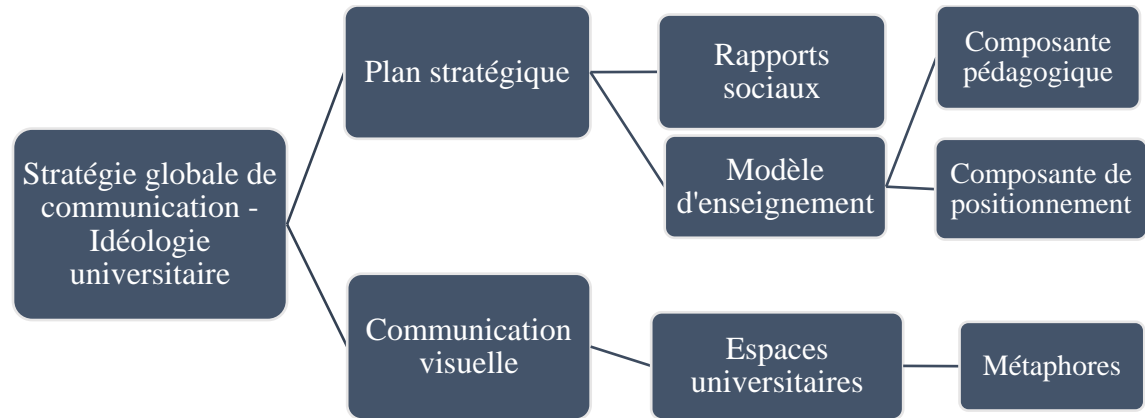


Illustration 3.3. : Les dimensions observées grâce aux outils de communication

L'illustration 3.3. montre quelles dimensions sont observées au moyen de quel outil de communication. Le tableau 3.3. (1) permet d'expliquer la façon dont les concepts théoriques sont mobilisés par rapport aux dimensions et le tableau 3.3. (2) explique en détail les indicateurs nécessaires à l'analyse pertinente des documents.

Outils de communication	Dimensions idéologiques	Sous-dimensions (1 ^{er} degré)	Concept théorique mobilisé
Plan stratégique	Rapports sociaux	/	Lefebvre (1974)
	Modèle d'enseignement	Composante pédagogique	Modèles pédagogiques
		Composante de positionnement	Modèles d'enseignement supérieur
Communication visuelle	Espaces universitaires	/	Métaphores

Tableau 3.3. (1) : Les dimensions et leurs concepts théoriques

Dimensions/ Sous- dimensions (1^{er} degré)	Sous-dimensions (2^e degré)	Indicateurs
Rapports sociaux	Fonctions sociales hiérarchisées	Quelle est la « place » des enseignants, des étudiants et des chercheurs ? Si on devait les hiérarchiser, qui a priorité pourquoi et comment ?
	Division et organisation du travail	Qu'attend-on de qui ? Qui fait quoi ?
	Vocabulaire	Mots répétés de manière flagrante dans les plans stratégiques
	Rites et habitudes	Rites de passage ? Y a-t-il des rites/habitudes/lieux considérés comme sacrés ? Des habitudes communes à tous les étudiants ?
Composante pédagogique	Méthodes d'enseignement	Contact direct, cours magistral, travaux de groupe, mixité des groupes
	Rôle de l'enseignant	Comment l'enseignant est-il représenté ? Quel est son rôle ?
	Rôle de l'étudiant	Comment l'étudiant est-il représenté ? Quelles métaphores lui sont attribuées ? Qu'attend-on de lui ?
	Définition de l'apprentissage	Orientation pratique ou théorique, type de compétences requises
Composante de positionnement	Place de l'université au sein de la société	Partenariats, position dans la ville, communication avec société (conférences publiques p.ex.), détachement ...
	Interaction entre la ville et l'université	Qui prend les décisions/directives ? Qui définit les projets de recherche ? Sont-elles partenaires ou y a-t-il une hiérarchie ?
	Place accordée à la recherche	Recherche a priorité sur enseignement ou non ? Quelle importance lui accorde-t-on ? L'apprentissage est-il déduit des recherches ou indépendant ?
Espaces universitaires	Mise en scène	Prise de vue, style général, visibilité de la ville, visibilité des activités
	Bâtiments montrés et qualifiés comme importants	En arrière ou premier plan, fréquence et longueur des passages, mise en avant de certains bâtiments
	Architecture de manière globale	Couleurs, taille, apparence extérieure ...
	Définition des métaphores	Évocation architecturale, nominale ou les deux
	Mise en commun des propriétés	Type de lieu, fonction, interaction, hiérarchie...

Tableau 3.3. (2) : Les observations et indicateurs

Les rapports sociaux

La partie sur les rapports sociaux n'est pas consacrée à l'espace physique en lui-même, mais s'intéresse plutôt aux interactions entre les différents membres de la communauté universitaire. Cela permet de comprendre la façon dont les individus se repèrent et fonctionnent les uns par rapport aux autres. Il est également possible d'en déduire une certaine hiérarchie entre les membres et la façon dont le travail est réparti. Des signes et codes, notamment au niveau du vocabulaire, des rites et habitudes donnent une première appréciation de l'idéologie.

Le modèle d'enseignement

Comme déjà élaboré, le modèle d'enseignement est l'une des dimensions déterminantes de l'idéologie universitaire. Il se divise en une composante pédagogique, reprenant essentiellement la méthode d'enseignement et d'apprentissage, et en une composante reflétant le rapport entre l'université et la société. Afin d'identifier le modèle pédagogique, il faut identifier le rôle à la fois de l'enseignant mais aussi de l'étudiant. Quelles compétences sont requises de l'un et de l'autre ? Comment le savoir est-il transmis par l'enseignant et assimilé par l'étudiant ? Quelles méthodes sont utilisées pour transmettre les connaissances et dans quel but ? L'analyse du modèle d'enseignement supérieur permet ensuite de comprendre comment l'université se positionne par rapport à la société. Il s'agit d'identifier si l'un domine l'autre, si leur interaction peut être qualifiée de collaboration ou de subordination, si l'un suit les besoins de l'autre et où se situent les priorités de chacun. On pourra en déduire la place accordée à la recherche et comment celle-ci s'imbrique avec la fonction d'enseignement.

Les espaces universitaires

Pour finir, l'analyse des espaces universitaires permet de déduire comment la communication visuelle par les espaces universitaires consolide l'idéologie universitaire. Dans ce mémoire, seulement trois bâtiments par université sont sélectionnés. Il est bien entendu possible d'effectuer une analyse sur l'ensemble des bâtiments représentés dans les vidéos, mais un échantillon limité de bâtiments suffit amplement à mettre en évidence l'apport de la communication visuelle à la stratégie globale. La sélection des bâtiments prend d'ailleurs en compte les styles architecturaux parfois très diversifiés et contrastés pour un même campus.

Il est ici question de la mise en scène des espaces, ce qui signifie qu'il ne s'agit pas de remettre en question leur architecture en tant que telle. Il faut définir la façon dont ceux-ci

sont présentés au public, déduite des métaphores. L'architecture consiste cependant en un support pour identifier les lieux à connotation symbolique forte, tout comme l'est par exemple le nom attribué à un bâtiment. Il faut également préciser que l'analyse se focalise sur l'apparence extérieure des espaces et non sur leur agencement intérieur. Ceci pourrait mener à une extension du modèle, qui n'est cependant pas traitée dans le contexte de ce mémoire.

La mise en scène choisie dans les vidéos de manière globale est la première observation à effectuer, notamment par la prise de vue, le type de présentation pour la réalisation et le style général de la communication visuelle. Ensuite, les bâtiments qui ont une connotation symbolique forte sont identifiés. Ceux-ci sont souvent mis en avant dans la présentation du campus par leur fréquence d'apparition, le vocabulaire employé ou le nombre de fois où ils sont mentionnés. Après les avoir identifiés, il s'agit d'y associer des métaphores, tirées de ce que le bâtiment peut évoquer en termes de formes, d'architecture ou même grâce à son nom. L'analyse en profondeur de ces métaphores permettra de révéler ce qu'elles « disent » sur l'université en matière de fonctionnement.

4. Analyse et observations

L'analyse des idéologies de l'Université de Sheffield et de l'Université de Fribourg offre des perspectives intéressantes sur le rôle des espaces universitaires dans la stratégie de communication. Alors que les deux universités présentent des rapports sociaux et modèles d'enseignement très contrastés, on constate que la stratégie de communication globale ne se limite pas à la propagation des dimensions pédagogique et sociale de l'idéologie. L'espace offre, de manière similaire pour les deux universités, une perception des universités qui complète celle véhiculée par le plan stratégique. La communication visuelle offre une représentation des universités qui s'avère très attrayante pour les étudiants. Dans les deux cas, la communication visuelle joue très fort à la fois sur l'intégration du campus dans la ville, mais également sur l'articulation entre l'ancien et le nouveau. Cette articulation a pour avantage d'offrir un environnement moderne combiné au charme mystérieux d'histoires anciennes et d'un patrimoine prestigieux, donnant à la communauté universitaire l'impression d'avoir un sens et un rôle d'élite à jouer au sein d'une société en transition permanente.

Le but n'est pas de comparer directement les deux modèles idéologiques des universités, mais plutôt d'observer dans les deux cas comment la communication visuelle et le plan

stratégique s'articulent. Le tableau 9.2. en annexe (p. 86) offre une lecture synthétique des différentes sous-dimensions des deux universités.

4.1. Analyse de l'Université de Sheffield

La première université dont le plan stratégique et la communication visuelle sont analysés est l'Université de Sheffield au Royaume-Uni. Elle se distingue par son impressionnant réseau composé de chercheurs internes et externes, de professionnels, de nouveaux et d'anciens étudiants. Concernant le style du plan stratégique, on remarque que l'Université de Sheffield intègre un nombre important de citations de son personnel, de ses étudiants mais aussi de ses partenaires. Dans ses vidéos de présentation du campus, on sent le besoin de l'université de donner la parole à sa communauté. L'Université de Sheffield s'oriente principalement selon le modèle socio-constructiviste, ce qui en fait une université où l'apprentissage s'exerce essentiellement par la pratique, tout particulièrement dans le cadre de projets scientifiques ou en collaboration avec des professionnels. Son modèle napoléonien fait d'elle une université dévouée à la formation de futurs talents. La recherche est à la fois la voie permettant la collaboration avec la société et aussi la principale source d'apprentissage. Les étudiants, investis dans les projets de recherche, intègrent ce réseau créé par l'université et évoluent grâce à lui et en son sein, même après avoir obtenu leur diplôme. Ce modèle d'enseignement où l'enseignant semble avoir disparu pour céder sa place aux chercheurs et professionnels peut paraître particulier, mais l'université trouve parfaitement son équilibre dans ce réseau qui s'autoalimente. Son campus est marqué par un style architectural diversifié, alliant des bâtiments aux structures plus anciennes à des bâtiments reflétant l'idéologie telle que communiquée dans le plan stratégique.

L'Université de Sheffield – « Welcome to Your University »

L'Université de Sheffield a été fondée en 1905 grâce aux donations d'ouvriers et de résidents de la ville de Sheffield (The University of Sheffield, 2021a). L'université est née de la fusion de plusieurs institutions locales, géographiquement proches les unes des autres et au cœur de la ville : The Sheffield School of Medicine, The Firth College et The Sheffield Technical School. Le premier enseignement a dès lors tourné fondamentalement autour de la science pure et appliquée, mais aussi autour de sujets moins académiques bien que très utiles à l'époque, tels que l'économie ferroviaire ou l'activité minière (The University of Sheffield, 2021a). Après la Seconde Guerre mondiale, l'université a connu une forte expansion, aussi bien en matière d'installations qu'en nombre d'étudiants.

Suivant la devise « Rerum Cognoscere Causas » signifiant « pénétrer la raison des choses », l'Université de Sheffield s'engage non seulement à comprendre le monde, mais aussi à le changer et à le façonner (The University of Sheffield, 2021b). Aujourd'hui, elle fait partie du top 100 des meilleures universités du monde (The University of Sheffield, 2021c). Elle est notamment classée 16^e des meilleures universités du Royaume-Uni (The University of Sheffield, 2021d). Sa « Students' Union » a été nommée comme étant la meilleure de tout le pays depuis dix ans et a été élue meilleure « Students' Union » au Whatuni Student Choice Awards ces quatre dernières années (University of Sheffield, 2021d). Les « Students' Unions » en Grande Bretagne ont pour vocation de représenter leurs membres de façon démocratique et d'offrir une expérience inoubliable à leurs étudiants. En décembre 2018, l'Université de Sheffield comptait 29.666 étudiants répartis dans six facultés. (The University of Sheffield, 2018).

L'Université de Sheffield peut être indéniablement considérée comme une université d'exception en matière de recherche, d'enseignement et de contribution à la société. Elle fait honneur à sa réputation d'université à la pointe de la recherche en dispensant un enseignement de qualité qui vise l'excellence. Ses partenariats dans le domaine de la recherche, mais aussi avec les métiers professionnels et des projets communautaires, offrent un grand nombre d'opportunités à ses étudiants, qui sont activement impliqués dans les domaines proposés.

4.1.1. Rapports sociaux – La recette de l'université d'excellence

Le modèle étant centré sur la collaboration et le résultat comme une performance collective, les différents membres de l'Université de Sheffield ont tendance à très fort fusionner. Il s'agit d'une université qui accorde beaucoup d'importance à sa façon de se distinguer et où l'on remarque rapidement que l'enseignement et la recherche fonctionnent de manière indissociable.

Un modèle guidé par le réseau

Plus qu'un lieu d'enseignement, l'université semble de plus en plus se transformer en un immense réseau de partenariats, mélangeant les étudiants, les professionnels et les chercheurs. L'interaction et la collaboration entre les différents acteurs est la clé de l'idéologie. De cette interaction découle une hiérarchie assez plate. Le but est de pouvoir permettre aux étudiants de contribuer tout aussi activement aux recherches que les chercheurs eux-mêmes ainsi que d'accompagner les professionnels dans leurs projets, ce qui signifie qu'ils doivent tous se positionner à des niveaux hiérarchiques similaires. La

participation active des étudiants est primordiale pour tout processus. Elena Rodriguez-Falcon, professeur en éducation d'entreprise et d'ingénierie, définit les étudiants de la façon suivante : « There are students who inspire me every day ; their passion, determination and desire to change the world is breathtaking. The Sheffield Enactus team are without a doubt at the top of this group of transformational students.⁹ » (The University of Sheffield, 2015, p. 54) Le vocable « transformational » est synonyme de changement et d'innovation. La diversité et l'échange sont promus sous tous les angles et à tout niveau. Que ce soit interfacultaire, international ou entre les différentes « classes » (étudiants, chercheurs, professionnels, etcetera), l'interaction est fondamentale et permet d'accroître le réseau au maximum. À noter que les enseignants semblent assez peu présents dans cette hiérarchie. Si l'on devait les situer, ils se positionneraient à la frontière de ce réseau, ce qui permet de le soutenir avec un rôle de plus en plus restreint.

Une performance collective

En ce qui concerne la division du travail, les attentes sont basées sur les résultats apportés par le réseau en tant qu'entité. Il ne s'agit pas d'évaluer les performances individuelles. Le changement et le progrès ne peuvent être atteints que par une mise en commun : « Mutually beneficial relationships that create change we cannot achieve alone.¹⁰ » (The University of Sheffield, 2015, p. 39) Le talent n'est pas individuel, il est collectif. Plus il y a de la diversité et de nombreux acteurs en jeu, meilleurs seront la qualité et le développement des projets. On ne peut donc pas réellement parler de « division », puisque tous les acteurs sont censés apporter une contribution au savoir, que ce soit d'un point de vue professionnel et expérimenté ou alors plus académique et novice.

L'université « outstanding »

On constate notamment que l'université exprime un souhait très fort de pouvoir se distinguer. Elle accorde particulièrement de l'importance à une qualité d'enseignement élevée et l'adjectif « outstanding » est omniprésent. Ce dernier est utilisé pour décrire aussi bien les bâtiments comme le Diamond Building (The University of Sheffield, 2015, p. 3), que l'environnement d'apprentissage (The University of Sheffield, 2015, p. 14), l'expérience estudiantine (The University of Sheffield, 2015, p. 3), les chercheurs (The University of Sheffield, 2015, p. 29) et la communauté universitaire dans sa globalité (The

⁹ « Il y a des étudiants qui m'inspirent chaque jour : leur passion, leur détermination et leur désir de changer le monde sont à couper le souffle. L'équipe Sheffield Enactus est sans aucun doute au sommet de ce groupe d'étudiants transformationnels. »

¹⁰ « Relations mutuellement bénéfiques qui créent des changements que nous ne pouvons pas réaliser seuls. »

University of Sheffield, 2015, p. 29). Il est intéressant de remarquer que l'origine de cet adjectif en 1610 se base essentiellement sur le fait d'être « projecting, prominent, detached¹¹ » (Etymonline, s.d.). En se basant sur cette définition, il est donc possible de prétendre que l'université souhaite se « démarquer ». Une qualité « standard » n'est ainsi pas acceptable, puisqu'il s'agit de surpasser les autres institutions d'enseignement supérieur. En tout, le mot apparaît six fois sur les 77 pages du plan stratégique.

Le vocabulaire de la recherche et de l'enseignement

Le mot « research » est employé 117 fois contre 29 pour le mot « teaching ». Quand ce dernier apparaît, il est rare que « research » ne figure pas dans la même phrase. Le mot « teacher » n'apparaît qu'une seule et unique fois dans le plan stratégique, et ce à la page 9 lors de la présentation des valeurs de l'université. Il n'est nullement mis en avant et se trouve énoncé conjointement avec les mots « researchers » et « students » dans cette même phrase. Ceci démontre encore une fois le peu d'importance attachée à l'enseignement et qu'il est considéré comme inclus dans l'expérience pratique grâce à la recherche.

L'expérience estudiantine

Il est intéressant d'observer le statut des étudiants au moment de leur passage dans la communauté universitaire et lors de leur sortie. L'accueil et le départ ont lieu dans un même bâtiment, le « Octagon Centre », qui arbore les couleurs bleues de l'emblème de Sheffield et les formes de château du bâtiment principal « Firth Court ». Il est considéré que « [...] all staff and students can act as proud advocates of the University.¹² » (The University of Sheffield, 2015, p. 63) Les Alumni quant à eux, sont qualifiés « [...] as our ambassadors and as guides providing advice and opportunities to existing students.¹³ » (The University of Sheffield, 2015, p. 75) Comme déjà mentionné, la « Students' Union » de l'Université de Sheffield a été nommée comme étant la meilleure de tout le pays depuis dix ans. Il semblerait donc que les étudiants soient considérés comme des amis fidèles et des représentants de l'université. Ils sont directement impliqués dans la recherche et ont une place fondamentale dans le fonctionnement de l'université, à tel point qu'ils ne la quitteront plus. Le soutien de la « Students' Union » crée un contexte de vie commune pour tous les étudiants et fait ainsi de l'université leur « chez soi ».

¹¹ « Saillant, proéminent, détaché »

¹² « [...] tout le personnel et les étudiants peuvent agir comme de fiers avocats de l'Université. »

¹³ « [...] en tant que nos ambassadeurs et guides offrant des conseils et opportunités aux étudiants actuels. »

4.1.2. Modèle d'enseignement – Le réseau est le cœur de l'université

L'université s'appuie fortement sur la collaboration avec ses partenaires professionnels et scientifiques pour instruire ses étudiants. Ce modèle socio-constructiviste centré sur l'apprentissage collectif s'agence parfaitement avec le souhait de l'université de contribuer à l'évolution de la société, inspiré du modèle napoléonien. Elle intègre pour cela les intervenants externes dans sa méthode d'enseignement et les professionnels et chercheurs se trouvent eux aussi enrichis par la contribution des étudiants.

Un apprentissage par projets

Le modèle socio-constructiviste se lit clairement tout au long du plan stratégique dans l'accent mis sur la collaboration et l'exploration du savoir dans un système de réseau: « Collaboration that is key to learning, purposeful in its partnerships, with a global perspective, and with direct input from the beneficiaries of scholarship.¹⁴ » (The University of Sheffield, 2015, p. 39) ou encore « We will also foster collaboration with nonacademic partners in industry, business, healthcare providers and the cultural and creative sectors, valuing diversity in research, encouraging creativity, imagination and innovation in all disciplines. In doing so, we will be known as a University ready and willing to push our own boundaries in the interests of discovery and making a difference.¹⁵ » (The University of Sheffield, 2015, p. 29) Le savoir est ainsi sans cesse remis en question au fur et à mesure que les étudiants, chercheurs et professionnels avancent ensemble sur leurs projets. Cette mixité de profils permet de redéfinir le savoir en itération grâce à la perspective et la contribution de chacun.

L'université comme intermédiaire pour permettre l'échange

Pour reprendre l'idée de réseau déjà mentionnée, on peut songer à une remise en question de la fonction et de l'image de l'université au sein de la société. Contrairement à l'enseignement magistral auquel on l'associe traditionnellement, il serait ici plutôt question d'un lieu de rencontre pour étudiants, chercheurs, professionnels et citoyens. L'université ne se contente plus de chercher les meilleurs enseignants pour ses étudiants et les meilleurs

¹⁴ « Une collaboration qui est la clé de l'apprentissage, des partenariats ciblés, une perspective globale, et avec une contribution directe des bénéficiaires des bourses d'études. »

¹⁵ « Nous encouragerons également la collaboration avec des partenaires non-académiques de l'industrie, du business, des prestations de soin et des secteurs culturels et créatifs, en valorisant la diversité dans la recherche, en encourageant la créativité, l'imagination et l'innovation dans toutes les disciplines. Ce faisant, nous serons connus comme étant une Université prête à repousser ses propres limites dans l'intérêt de la découverte et de faire la différence. »

chercheurs pour sa recherche, mais elle est la « meilleure » dans sa façon d'accueillir cette communauté diversifiée et dans sa façon de permettre à tous d'interagir et d'apprendre ensemble, tel un animateur. Le rôle de l'université n'est donc plus de transmettre le savoir aux étudiants par la voix des professeurs « experts » qu'elle aura sélectionnés, mais plutôt de mettre à la disposition des différents acteurs les outils nécessaires à leur rencontre et à leur cocréation interactive du savoir. C'est pourquoi l'Université de Sheffield met particulièrement en avant ses espaces publics et informels.

Un enseignement sans enseignant

Il est intéressant de constater que le mot « enseignant » n'a sa place nulle part dans le plan stratégique de l'Université de Sheffield. Il est bien question d'enseignement et d'apprentissage, mais pas des enseignants proprement dits. L'apprentissage tourne essentiellement, pour ne pas dire uniquement, autour de la recherche et de la pratique. L'université se définit notamment comme étant « [...] an institution of learning, research and teaching that functions collaboratively, [...] »¹⁶ » (The University of Sheffield, 2015, p. 10). Le terme d'enseignement devient indissociable du terme recherche et n'apparaît qu'en lien avec ce dernier. En partant de cette définition, on peut imaginer un modèle d'enseignement où l'enseignant classique n'a plus réellement sa place et où il cède sa fonction aux partenaires de l'université, c'est-à-dire les entrepreneurs, les professionnels et les chercheurs. Comme prévu par le modèle pédagogique socio-constructiviste, l'enseignant se contente de jouer le rôle de médiateur. En poussant le concept à son paroxysme, cela signifie que les rôles d'apprentissage, de recherche et d'enseignement finissent par se confondre.

Un étudiant ferait partie intégrante des recherches qu'il entreprend pour apprendre et deviendrait ainsi en partie déjà chercheur. Les chercheurs apprennent eux aussi en étant en contact avec des étudiants qui apportent une nouvelle contribution à la recherche et ils enseignent grâce à leur expérience sur le terrain aux étudiants avec lesquels ils collaborent. Il en va de même pour les professionnels: « I have been personally and professionally nourished through my interactions with the academic community, when it acts with the innovation and imagination [...] to move the University into the community.¹⁷ » (The University of Sheffield, 2015, p. 65) Cette citation de Graham Duncan, directeur du « Art

¹⁶ « [...] une institution d'apprentissage, de recherche et d'enseignement qui fonctionne en collaboration, [...] »

¹⁷ « J'ai été personnellement et professionnellement nourri par mes interactions avec la communauté universitaire, lorsqu'elle fait preuve d'innovation et d'imagination [...] pour intégrer l'Université dans la communauté. »

House » à Sheffield, met encore une fois l'accent sur l'échange des connaissances entre la communauté universitaire, les chercheurs et les professionnels, ce qui prouve que le savoir se construit dans les deux sens : il est transmis initialement par les experts, puis il est revisité par les étudiants qui l'enrichissent.

L'étudiant polyvalent

On peut relever certains étudiants plus âgés sont encore en période d'apprentissage, mais qu'ils ont déjà la possibilité d'enseigner aux plus jeunes dans un contexte pratique. Par exemple en formant des équipes de recherche mixtes composées de chercheurs et d'étudiants en fin et en début de cycle. L'université s'engage notamment « [...] to invest in postgraduate and postdoctoral researchers and support their research career both within and outside of academia.¹⁸ » (The University of Sheffield, 2015, p. 29) Ce concept vaut aussi pour la collaboration avec les entrepreneurs et les partenaires du milieu professionnel. Le travail commun avec les étudiants, jeunes, motivés et débordant d'idées nouvelles et d'enthousiasme, motive à son tour les partenaires.

Le statut de l'étudiant devient polyvalent dans le sens où il est toujours en phase d'apprentissage mais travaille déjà partiellement pour un employeur partenaire de l'université dans le cadre de projets communs, et joue parallèlement un rôle de guide pour les étudiants plus jeunes. Cette seconde fonction remplace encore une fois le rôle traditionnel de l'enseignant par un étudiant dont le but n'est pas seulement d'apprendre pour lui-même, mais aussi de transmettre aux autres.

L'étudiant comme représentant de l'université

Les compétences qui sont mises en avant pour le développement de l'étudiant sont celles qui lui permettront de réussir sa carrière professionnelle. Dans le plan stratégique de l'Université de Sheffield, on retrouve maintes citations de professionnels sur ce qu'ils attendent des étudiants qui deviendront leurs futurs employés, par exemple les propos de Peter Blenkiron, Directeur Senior du Département « Skin Health Product Development » de l'entreprise GlaxoSmithKline : « We seek candidates who demonstrate that they have the ability and potential in key competencies which we value. These include demonstrable leadership, an ability to develop oneself and others and borderless collaboration skills.¹⁹ » (The University

¹⁸ « [...] d'investir dans les chercheurs post-gradués et post-doctoraux et de soutenir leur carrière de chercheur au sein et en dehors de l'académie. »

¹⁹ « Nous recherchons des candidats qui démontrent qu'ils ont la capacité et le potentiel dans les compétences clés que nous valorisons. Il s'agit notamment du leadership avéré, d'une capacité à se développer soi-même et à développer les autres, et de compétences de collaboration sans frontières. »

of Sheffield, 2015, p. 18) En échange de leur futur diplôme, les étudiants offrent leurs compétences à l'université et s'engagent dans son développement sur le long terme. Le but de l'université n'est plus seulement de former des étudiants qu'elle verrait après s'en aller, mais plutôt d'en faire en quelque sorte des « ambassadeurs » qui continueront à s'investir pour l'université même une fois diplômés. L'université qualifie elle-même ses étudiants de « proud advocates » (The University of Sheffield, 2015, p. 63).

Pour l'étudiant, il ne s'agit donc plus seulement d'être fier d'obtenir son diplôme et d'avoir réussi ses études, mais aussi d'être fier d'avoir choisi l'Université de Sheffield et d'en faire partie. Il s'agit de la protéger et de la défendre. On retrouve ici un autre atout permettant à l'université de se distinguer tout en se créant un réseau : elle crée une sorte de statut unique, composé d'une communauté d'étudiants qu'on ne retrouvera nulle part ailleurs. Ils sont fiers, fidèles à leur université et ont tout pour réussir. L'université ne se distingue donc plus par l'image qu'elle veut se donner, mais par l'image que les étudiants lui donnent. Elle remet entièrement sa réputation entre leurs mains. Ils créent l'image de l'université grâce à leurs récits sur leur « outstanding student experience²⁰ » (The University of Sheffield, 2015, p. 3) qu'on ne retrouve nulle part ailleurs.

Un enseignement tourné vers la pratique

L'université est essentiellement orientée vers l'apprentissage pratique plutôt que théorique. Elle se considère elle-même comme étant « pragmatique » et « ouverte » (The University of Sheffield, 2015, p. 5). Elle cherche prioritairement à se baser sur les expériences et la pratique pour permettre aux étudiants d'apprendre et tente de rester largement ouverte aux nouvelles approches et méthodes d'enseignement. Comme on a pu le constater, l'apprentissage se définit principalement par la possibilité de cocréer le savoir grâce à l'échange et à travers divers projets. Ceci s'effectue en intégrant des acteurs extérieurs, dont l'expérience professionnelle est très enrichissante pour les étudiants. Dans le plan stratégique, on retrouve notamment la citation suivante du ministre d'État des Universités et de la Science, Jo Johnson, en 2015 : « To meet students' high expectations [...] and to deliver the skills our economy needs, we need a renewed focus on teaching.²¹ » (The University of Sheffield, 2015, p. 18) Cette citation souligne l'importance de promouvoir des modèles

²⁰ « Expérience estudiantine exceptionnelle »

²¹ « Pour répondre aux attentes élevées des étudiants [...] et pour fournir les compétences dont notre économie a besoin, nous devons mettre un nouvel accent sur l'enseignement. »

d'enseignement nouveaux et qui allient l'expérience professionnelle des partenaires au regard neuf et transformationnel des étudiants.

L'université professionnelle et collaborative

Comme on le constatera de façon détaillée dans les prochains paragraphes, l'Université de Sheffield s'oriente vers le modèle dit « napoléonien », qui a été illustré dans le tableau 2.4.2., en raison de son engagement total envers la société.

Dans des passages déjà cités, on remarque que le modèle de l'Université de Sheffield tourne très étroitement autour des attentes des professionnels, des partenaires externes et de la société : « Our University does not exist for itself alone, and it never has. It was founded by individuals and groups who had a profound belief in the public value of universities for the economy, for health, for changes in the lives of children and of a community.²² » (The University of Sheffield, 2015, p. 5) Cela peut à première vue paraître contradictoire, puisque l'université tente notamment de se distinguer en tant qu'institution. L'intégration de ressources extérieures et le respect des attentes de la société ne risque-t-elle pas de provoquer que l'université ne se fonde dans la masse et perde son profil « outstanding » ? Comment collaborer de manière unifiée quand on souhaite se « démarquer » ?

L'université exprime le désir de « [...] challenge the traditional divisions between universities and industry and school/further education, [...] »²³ » (The University of Sheffield, 2015, p. 14) Cette formulation exprime le souhait de rompre les barrières séparant l'enseignement de la recherche et du monde professionnel pour créer un réseau où les statuts peuvent se mélanger. De manière générale, l'université se considère comme étant au service de la société : « This wonderful academic community, the University of Sheffield, is such an important place for all the communities that we serve across our region, the UK and the world.²⁴ » (The University of Sheffield, 2015, p. 5) Mais ce désir exprime encore davantage : il est un des éléments qui permet à l'université de se créer une identité propre tout en fusionnant avec son entourage. Plutôt que d'effacer l'identité et le caractère unique de l'Université, la collaboration avec le monde extérieur et la recherche la renforce. Son réseau devient son trait distinctif principal.

²² « Notre Université n'existe pas pour elle-même, et cela n'a jamais été le cas. Elle a été fondée par des personnes et des groupes profondément convaincus de la valeur publique des universités pour l'économie, la santé, les changements dans la vie des enfants et de la communauté. »

²³ « [...] défier les divisions traditionnelles entre les universités et l'industrie et l'enseignement/les écoles supérieurs, [...] »

²⁴ « Cette merveilleuse communauté académique, l'Université de Sheffield, est un lieu si important pour toutes les communautés que nous servons dans notre région, le Royaume-Uni et dans le monde entier. »

Une université au service de la société

Comparé au modèle de l'Université de Fribourg qui semble vouloir préserver son autonomie en tant qu'institution, l'Université de Sheffield embrasse complètement son rôle de « serviteur » et tire en contrepartie de grands bénéfices de sa relation avec le monde extérieur. Sa façon de contribuer à la société ne consiste plus à former de futurs employés dans le sens où leur vie professionnelle débutera après leurs études, mais elle permet aux étudiants de contribuer eux-mêmes à la société directement pendant leurs études et pas seulement après. De plus, les employeurs cherchent leurs candidats et futurs employés directement au sein de l'université et pas seulement une fois les étudiants diplômés. Ces derniers se voient jouir d'une garantie d'emploi avant même d'obtenir leur diplôme. Concernant la recherche, faisant elle aussi partie de la contribution à la société, l'université apporte un atout majeur en termes d'innovation et de développement en faisant collaborer les étudiants, les chercheurs et les professionnels.

La recherche et l'enseignement, deux éléments indissociables

La place déterminante accordée à la recherche, puisque celle-ci est au cœur de l'enseignement et de l'apprentissage, doit néanmoins se plier, en raison de la relation entre l'université et la société, aux attentes de cette dernière. L'université allie cependant brillamment ses objectifs d'une part d'enseignement et d'autre part de service à la société en impliquant directement tous les acteurs concernés dans ses projets de recherche.

Étant une université orientant son enseignement principalement vers la recherche et se qualifiant comme étant « research-intensive » (The University of Sheffield, 2015, p. 9), la recherche est un des éléments clés sur lesquels l'université se base pour se distinguer, notamment au niveau de son enseignement. De plus, le mot « recherche » est pratiquement indissociable du mot « enseignement » et on les retrouve régulièrement dans une même phrase, par exemple lorsqu'il s'agit de « Identifying new supporters for research and teaching and new opportunities for students to learn, [...] »²⁵ (The University of Sheffield, 2015, p. 39), « Research motivates us, makes our teaching distinctive, [...] »²⁶ (The University of Sheffield, 2015, p. 28) ou encore « research-led teaching »²⁷ (The University of Sheffield, 2015, p. 75). La phrase suivante : « We believe [...] research and teaching are both carried out to the highest international standards, and are mutually informed and

²⁵ « Identifier de nouveaux soutiens pour la recherche et l'enseignement et de nouvelles possibilités d'apprentissage pour les étudiants, [...] »

²⁶ « La recherche nous motive et rend notre enseignement distinctif, [...] »

²⁷ « Enseignement fondé sur la recherche »

mutually supported.²⁸ » (The University of Sheffield, 2015, p. 9) illustre la recherche et l'enseignement comme étant deux entités indissociables.

4.1.3. Espaces universitaires – Un patrimoine dominant

Pour l'Université de Sheffield, l'importance de son patrimoine, communiquée par ses espaces, est indéniable. Cette communication sur son patrimoine, en combinaison avec des bâtiments modernes, amène à la perception d'une université au caractère authentique, fidèle à son histoire et à son identité. Plus qu'un modèle d'enseignement axé sur la collaboration, les espaces confèrent à l'idéologie un caractère intemporel attirant.

La voix de Sheffield

L'angle de prise de vue choisi lors du tournage des deux vidéos a pour but concret d'immerger l'observateur dans le campus de l'Université de Sheffield. En visionnant les vidéos, on a littéralement l'impression de se balader sur le campus. Ce choix de perspective permet de s'identifier à un étudiant ou un membre de la communauté universitaire et de réellement « vivre » la sensation offerte par l'environnement. Le titre de la vidéo « Campus Tour » prend tout son sens, et l'accueil à l'université grâce au « Welcome to the University of Sheffield » donne l'impression qu'on est déjà présent sur place.

Le choix de présenter le campus par la voix des étudiants et également notable et s'accorde parfaitement avec l'angle de prise de vue choisi. Même si pour la vidéo « Welcome to the University of Sheffield » (The University of Sheffield, 2020), le discours est débuté par le recteur, la parole est rapidement donnée à des étudiants de l'université. La visite virtuelle du « Campus Tour » de The University of Sheffield (2019) est entièrement menée par une étudiante parcourant les différents bâtiments du campus. Encore une fois, la sensation de pouvoir s'adresser à des membres de la communauté comme si l'on en faisait déjà partie est marquante et vise clairement l'attention de potentiels futurs étudiants.

Certaines parties de la ville sont présentées, mais toujours en lien avec le campus. Il s'agit en vérité de montrer des lieux informels tels que des magasins et des terrasses. Ceux présents dans la vidéo sont complètement intégrés dans le cadre de bâtiments universitaires et appartiennent à ces derniers. Le parc public présenté est sans aucun hasard lui aussi le plus proche des facultés et donc du cœur du campus.

²⁸ « Nous croyons [...] que la recherche et l'enseignement sont menés selon les normes internationales les plus élevées, et qu'ils s'informent et se soutiennent mutuellement. »

L'alliage des styles victorien et moderne

Un aspect notable concernant l'identité visuelle de l'université est que ses multiples bâtiments ont des styles architecturaux très différents, dépendamment notamment de l'époque à laquelle ils ont été construits. Les styles des bâtiments divergent entre l'époque victorienne, marquée entre autre par des briques rouges, et des styles plus modernes et contemporains. L'université reconnaît par l'utilisation elle-même que ceci est un obstacle à son objectif de se créer une identité claire et cohérente : « This creates much interest in the built environment but also creates challenges in terms of identity. It is all the more important that the external realm gives cohesion to the campus [...]. Careful consideration should be given to the balance between diversity and continuity in the estate buildings. There may be an opportunity to play on the strengths of the still-prevailing red brick character when developing new buildings, whilst achieving diversity in contemporary form and detail.²⁹ » (The University of Sheffield, 2014, p. 32) L'université a néanmoins volontairement décidé de dévoiler l'entièreté de son campus dans sa communication visuelle, indépendamment de la diversité des styles architecturaux. Elle nous présente ainsi à la fois ses bâtiments anciens et ses plus récents, ce pourquoi l'analyse se charge d'appliquer des métaphores aux deux styles.

Firth Court, the Diamond et St George's Church

Le premier bâtiment à être analysé est le « Firth Court » qui est le centre administratif de l'Université de Sheffield. Il est indéniablement un symbole historique de la ville, mais également de l'université, ce pourquoi on le retrouve systématiquement en début et en fin de vidéo, ce qui souligne son caractère immuable. Il fut le premier bâtiment financé par des donations afin de permettre l'inauguration de l'Université de Sheffield en 1905 (Firth Court, 2021) et est représenté sur l'illustration 4.1.3. (1) :

²⁹ « Cela suscite beaucoup d'intérêt pour l'environnement bâti mais crée aussi des défis en termes d'identité. Il est d'autant plus important que le domaine extérieur donne une cohésion au campus [...]. Il convient d'accorder une importance particulière à l'équilibre entre diversité et continuité dans la construction de bâtiments. Il peut y avoir une opportunité de jouer sur les forces du caractère de la brique rouge qui prévaut encore lors du développement de nouveaux bâtiments, tout en obtenant une diversité dans la forme et les détails contemporains. »



Illustration 4.1.3. (1) : **Firth Court** (Source : *The University of Sheffield*, 2019)

Le second bâtiment présenté au cours de la vidéo « Campus Tour » est le bâtiment accueillant la « Student's Union » des étudiants. Malgré son importance symbolique, son apparence ordinaire et dénuée de métaphores venant intuitivement et rapidement à l'esprit a provoqué son exclusion de l'analyse. Le bâtiment « Diamond » retient, lui, rapidement l'attention de l'observateur. La structure et le style de ce bâtiment mis en service en 2015 sont éblouissants et il porte dès lors fièrement et dûment son nom. Le bâtiment a été construit dans le but d'accueillir le département d'ingénierie, faculté la plus grande de l'université et en perpétuelle augmentation de son nombre d'étudiants (The Diamond, Sheffield, 2021). L'illustration 4.1.3. (2) montrant le bâtiment est extraite d'une des vidéos employées pour l'analyse.

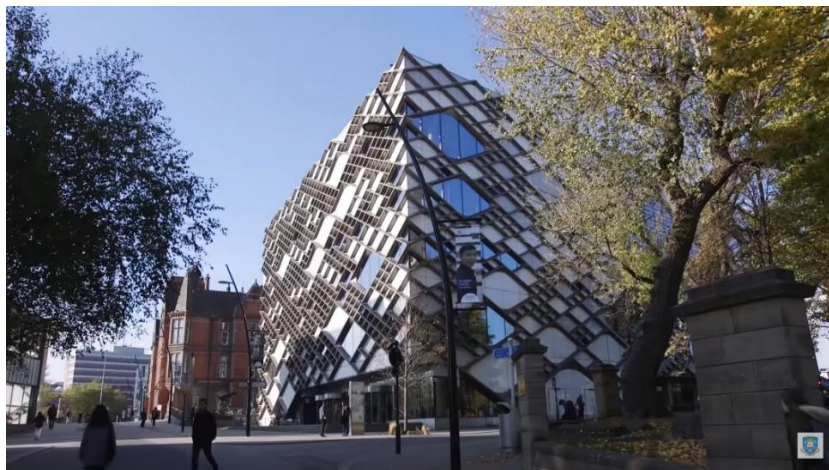


Illustration 4.1.3. (2) : **The Diamond** (Source : *The University of Sheffield*, 2019)

L'analyse par les métaphores des bâtiments universitaires de Sheffield se terminera par l'église St George's Church. Alors qu'elle était fermée depuis 1981, elle a été rachetée en

1994 par l'Université de Sheffield pour la convertir en salles de lecture, de théâtre et en logements pour étudiants (« St George's Church », 2020). Elle est visible sur l'illustration 4.1.3. (3). Le fait que l'université ait volontairement souhaité mettre en valeur un bâtiment dont la fonction était autrefois tout autre, sans oublier son ancienneté, peut provoquer l'étonnement. Il est à conclure que la valeur symbolique de ce type de bâtiments s'avère importante pour l'image et la stratégie de l'Université de Sheffield.



Illustration 4.1.3. (3) : **St George's Church** (Source : *The University of Sheffield*, 2019)

Les métaphores du château rouge, de la bijouterie et de l'église

Les lieux symboliques sélectionnés dans l'étape précédente sont ici mis en rapport avec d'autres formes que nous connaissons dans un autre contexte. Dans le cas de Sheffield, le « Firth Court » rappelle indéniablement l'architecture d'un château. Son apparence extérieure fait référence à de nombreux châteaux en brique rouge, typiques de certaines régions de Grande-Bretagne, comme par exemple le château « Red Castle » sur la côte nord de l'Écosse visible sur l'illustration 4.1.3. (4) :



Illustration 4.1.3. (4) : **The Red Castle** (Source : *The Castle Hunter*, s.d.)

La métaphore de la bijouterie est utilisée en remplacement de la métaphore du diamant pour le bâtiment « The Diamond », Ceci a pour but de maintenir la consistance de l'analyse en comparant d'office les bâtiments à d'autres bâtiments. L'utilisation d'une métaphore sur un bâtiment permet d'analyser « The Diamond » sur les mêmes dimensions que les autres bâtiments de Sheffield. Le fonctionnement de la métaphore de la bijouterie est similaire à celui de la métaphore du diamant. Par son nom et sa fonction d'origine, la « St George's Church » est évidemment associée à la métaphore de l'église.

Le choix des métaphores ne requiert pas d'amples explications, car leur attribution est assez intuitive et facilement mise en relation avec l'apparence, le nom et la fonction des bâtiments. Le but est à présent de « penser » ces bâtiments comme des espaces symboliques, car c'est ce qu'ils sont, mais en se référant à d'autres espaces que l'on emploie habituellement dans un autre contexte et qui sont représentatifs du fonctionnement de l'université.

Le château rouge

Le château est un édifice du Moyen Âge réservé au seigneur à la population privilégiée. Généralement érigé sur un lieu stratégique tel une montagne ou entouré d'eau, son accès est volontairement compliqué. Sa vocation est de protéger le seigneur et la communauté castrale. La diversité de cette communauté permet un fonctionnement autarcique. Le château bénéficie sans entraves sur les alentours. Bien que le château soit visible de très loin, il est impossible de découvrir ce qui se passe derrière ses murs sans y pénétrer. Le château est représentatif de la société et fait la fierté du peuple.

La bijouterie

La bijouterie est fréquentée par une classe privilégiée de la société. Les personnes qui s'y rendent désirent exhiber leur richesse ou sont motivées par la valeur sociale que représente l'achat de bijoux. D'autres y vont pour rêver d'une richesse et d'une vie de luxe auxquelles elles n'ont pas accès. Acquérir et porter des bijoux est une façon ostentatoire de se distinguer et crée une démarcation entre les personnes aisées et les plus pauvres. La bijouterie est placée sous haute surveillance, ce qui lui confère une identité d'espace prestigieux.

L'église

L'église associe sacré et idéologie. Il s'agit d'un lieu très « cérémonialisé » où les fidèles se rassemblent autour d'une croyance commune et implicite. Ce lieu est sous la protection d'une force supérieure, divine, ce qui en fait, comme le château, un lieu intouchable et visible de loin. Implantée au centre de la localité, elle sert de repère. Si l'on pénètre au sein d'une

église, il faut s'en tenir aux règles, parler à voix basse, s'en tenir aux espaces autorisés... Le pouvoir absolu repose entre les mains du clergé, qui, par la voix du prêtre, transmet les messages de Dieu aux fidèles et joue ainsi un rôle de « messenger ».

L'université comme communauté privilégiée

Voici les perceptions qui ressortent des métaphores : la communauté universitaire est privilégiée. Elle se situe à part et quelle que soit la façon dont elle inclut la population extérieure sous toute forme de rituels et de formalités, elle reste une communauté distinguée, coupée du reste du monde. Cela converge notamment avec ce souhait de « démarcation » et de distinction auquel l'université fait plusieurs fois référence. L'université offre à ses membres une vue surprenante sur le reste du monde, sur son fonctionnement et son évolution, ce qui enrichit grandement la communauté universitaire. Elle est visible aux yeux de tous et pourtant elle paraît intouchable. Ce qui se passe entre ses murailles reste un mystère pour toute personne extérieure. On ne sait pas ce qui s'y dit, ce qui s'y passe, mais il semble qu'un bien précieux en son sein est protégé : le savoir.

L'accès au savoir est limité

Celui-ci n'est pas seulement protégé par d'imposantes structures, mais il est placé sous haute sécurité, telle une pierre précieuse. Il semble protégé par une force divine qu'on ne peut braver sans encourir de châtement. Il est réservé à la communauté universitaire, qui est considérée comme l'élite. La communauté universitaire se montre fière du privilège qui lui est accordé et l'exprime en présentant les résultats de l'utilisation du savoir. Quiconque veut avoir accès à ce savoir doit fournir une contrepartie : pour devenir membre à part entière de cette communauté, il faut en accepter les rites et habitudes et défendre les intérêts de l'université quoi qu'il en coûte. Un membre devient porteur du culte de l'université et du savoir. Cette contrepartie à payer rappelle l'idée que les étudiants représentent les « proud advocates » de l'université qu'ils défendent. De manière générale, l'aspect sacré et ritualisé de l'université est fortement mis en évidence par les métaphores.

Les rites permettant l'accès au savoir sont clairement définis et restreints : accéder à l'université est synonyme de passage dans un autre monde. Même s'il s'agit d'un lieu protégé, la manipulation du savoir à travers les recherches et les projets est strictement surveillée : si l'université fournit l'accès au savoir à la communauté universitaire, celle-ci n'est pas pour autant libre d'en faire ce que bon lui semble. Cette perception est très certainement due aux attentes pressantes de la société que la science et donc le savoir doivent être employés pour le bien commun et non à des fins de recherches pures. Alors que le savoir

se doit d'évoluer grâce à la mise en commun des connaissances et à l'entraide entre des membres aux profils différents, l'université donne ainsi l'impression de limiter fortement l'accès au savoir.

L'université comme écosystème indépendant

L'Université de Sheffield est indépendante : sa communauté diversifiée crée une sorte d'écosystème qui permet son auto-alimentation. Il s'agit d'une entité ayant un fonctionnement propre à ses besoins. La communauté universitaire restreinte peut être considérée comme représentative de la société, tel le roi qui représente le peuple. Son existence est vitale pour la société tout entière qu'elle alimente. Elle n'est cependant pas autorisée à abuser de sa position favorisée et doit se tenir au rôle qui lui a été attribué. Le monde extérieur est considéré soit comme un potentiel envahisseur, soit comme n'apportant pas de plus-value à la communauté. La manière dont l'université est positionnée est par conséquent limpide : elle contre le reste du monde. Alors que l'idéologie telle que représentée dans le plan stratégique inclut fortement la contribution de personnes représentantes de la société comme les professionnels, les espaces de représentation semblent ainsi véhiculer une communauté universitaire exclusive et se limitant à ses membres internes qui s'auto-alimentent sans intervention extérieure. Elle est cependant représentative de cette société, sans pourtant l'inclure dans son fonctionnement de façon signifiante. La phrase « Our University does not exist for itself alone, and it never has.³⁰ » (The University of Sheffield, 2015, p. 5) du plan stratégique s'oppose pourtant tout particulièrement à l'idée que l'université est une communauté indépendante et autonome.

Une hiérarchie très distincte

Contrairement à l'idée que l'université se compose de membres amenant tous de façon égale une contribution à la recherche, et donc au savoir, en collaborant et en échangeant, les métaphores renvoient des hiérarchies très définies et des classifications de membres très fortes, comme le clergé ou la communauté privilégiée, démarqués du peuple. De manière générale, les bâtiments présentés se rapportent à des représentations du pouvoir. L'université comme étant une classe privilégiée et isolée par rapport au reste de la société ne rentre cependant pas forcément dans le système de réseau et de coproduction que l'Université de Sheffield applique selon son plan stratégique. Il est donc question de savoir comment l'Université de Sheffield gère cette incohérence apparente.

³⁰ « Notre Université n'existe pas pour elle-même, et cela n'a jamais été le cas. »

Les dimensions des métaphores de l'Université de Sheffield

Le tableau 4.1.3. reprend les dimensions principales des métaphores analysées. Celles-ci ont permis d'aboutir à une perception globale de l'université en tant qu'entité.

Métaphores	Château	Bijouterie	Église
Bâtiments	Firth Court	The Diamond	St George's Church
Apparence extérieure	Massif, imposant, on ne voit pas ce qui se passe à l'intérieur	Grandes vitres afin d'exposer les bijoux, couleurs pures, brillant	Couleurs pures. Structure imposante, mais aspect fragile en même temps
Usage du lieu	Lieu privilégié	Lieu luxueux	Lieu sacré
Objectif principal	Protéger ses habitants, tout particulièrement le seigneur	Mettre en avant la marchandise pour mieux la vendre	Communiquer avec une puissance supérieure (en priant, en se confessant)
Hiérarchie	Hiérarchie bien définie	Distinction entre riches et pauvres	Distinction entre clergé et fidèles
Pouvoir	Puissance du pays et fierté du peuple.	Moyen de se démarquer socialement et d'exhiber sa richesse	Dieu est tout-puissant, le clergé est un son représentant
Accès	Restreint dépendamment de la classe sociale	Accès à la marchandise strictement contrôlé	Tout public, mais accès rythmé en fonction des cérémonies
Passages	Au niveau des portes du château et du pont-levis : sur autorisation	L'unique porte de la bijouterie permet de garder un œil sur les entrées	Début et fin de cérémonie (par exemple : messe ou communion)
Position/situation	Lieu stratégique difficile d'accès et permettant une bonne vue sur les alentours	Dans un endroit fréquenté afin d'attirer la clientèle	Au centre de la localité
Perceptions	Le savoir est réservé aux privilégiés et très dépendant de la classe sociale. Visible, présent, mais difficile d'accès	Le savoir est quelque chose dont l'on se vante et qu'on exhibe. Mais il ne peut pas être utilisé librement	Le savoir est visible, accessible aux yeux de tous et est protégé par une force supérieure.

Tableau 4.1.3. : Les dimensions des métaphores de l'Université de Sheffield

4.1.4. Sheffield, fière de son patrimoine

À première vue, les fonctionnements déduits des métaphores de l'espace paraissent inadaptés dans le sens où ils ne correspondent pas réellement aux impressions idéologiques lisibles dans le plan stratégique. Les perceptions transmettent une hiérarchisation stricte de la communauté, un accès au savoir et une interaction avec le monde extérieur limités. La perception d'une communauté universitaire très indépendante et exclusive contraste fortement avec le principe d'un réseau incluant tout type d'intervenants. Il est donc question de l'apport concret de ce type de communication en vue de consolider la stratégie globale de communication, qui a pour but de rendre l'université attrayante.

Faire partie de l'élite

Les bâtiments Firth Court et St George's Church datent d'une époque où l'université était effectivement perçue comme un lieu à part, où la recherche financée par l'État était menée de manière indépendante, si pas secrète. Elle n'était pas spécialement en lien avec les attentes de la société. De manière générale, avoir la possibilité d'effectuer des études supérieures est encore de nos jours considéré comme étant une grande chance, même si l'éducation se veut de plus en plus accessible. L'Université de Sheffield joue fortement sur un sentiment d'appartenance dans sa communication. Ceci était déjà lisible à travers le plan stratégique, où l'expérience estudiantine fait de l'université la nouvelle maison et la famille des étudiants. Il s'agit d'une communauté autonome, où les étudiants se soutiennent mutuellement et n'ont besoin de personne d'autre. Il est clair que le sentiment d'appartenir à une communauté privilégiée, en dehors du temps et quelque peu secrète peut éveiller la curiosité des futurs étudiants et les motiver à rejoindre l'université. Donner l'impression que l'accès au savoir est réservé à des personnes dignes d'en faire bon usage peut également encourager les futurs étudiants à s'inscrire. Ceux-ci voudront à tout prix prouver qu'ils sont capables d'assumer cette responsabilité.

Le patrimoine comme identité

Plus que la représentation d'une communauté soudée et privilégiée, les bâtiments anciens de Sheffield sont remplis d'histoire et le symbole d'un peuple fier de sa culture et du patrimoine dont il a hérité. C'est toute l'histoire de la ville, mais également de l'université qui est racontée à travers ces bâtiments. Pour les étudiants, ces bâtiments évoquent bien l'appartenance à une autre époque, mais font partie du charme du campus. Dans la vidéo (The University of Sheffield, 2019) présentant le campus, Firth Court est considéré comme

ayant « a very nice vibe³¹ » and « a lot of character³² ». On peut ainsi prétendre que l'université mise précisément et volontairement sur ce caractère ancien, notamment en ayant racheté en 1994, St George's Church. Il s'agit ici clairement de la preuve que l'université est profondément attachée à cette représentation datant d'une autre époque, qu'elle fait partie de son identité et que ceci est l'image qu'elle veut communiquer.

Le détachement de la société face à son intégration

Le bâtiment Diamond exprime quant à lui un fonctionnement de l'université qui est tout à fait d'actualité et met l'accent sur une tension qu'on retrouve dans le plan stratégique : le « détachement » face à l'intégration dans la ville. Comme il a été constaté lors de l'analyse, cette tension est cependant résolue grâce au réseau qui devient le trait distinctif de l'université. Ici, on observe un bâtiment qui sort totalement du lot et se démarque fortement des bâtiments alentours. Il est l'expression concrète et puissante du besoin de l'Université de Sheffield de se distinguer et de se faire remarquer.

L'impact de la communication visuelle de l'Université de Sheffield

On constate que l'impact de la communication visuelle sur la stratégie globale est majoritairement différent de celui du plan stratégique. Même si les deux outils de communication ont pour objectif commun de transmettre l'idéologie de l'Université de Sheffield, on remarque que les deux outils se renforcent mutuellement tout en adressant des messages essentiellement différents. Si le plan stratégique a plutôt pour objectif de prouver l'efficacité du modèle d'enseignement et l'engagement de l'Université de Sheffield envers la société grâce à son réseau, la communication visuelle vise à présenter un lieu convivial et accueillant en jouant très fort sur une représentation ancienne et riche en histoire. Elle n'en oublie pas moins un des éléments déterminants dans son idéologie actuelle : son besoin de démarcation, notamment pour renforcer son statut d'excellence. Ces bâtiments anciens ne sont en aucun cas contradictoires par rapport à cet objectif. Le caractère distingué de la brique rouge permet lui aussi à l'université de se faire repérer et de se démarquer de la ville. La stratégie de communication mise donc principalement sur un alliage impressionnant du nouveau et de l'ancien, qui est particulièrement bien mis en place.

4.2. Analyse de l'Université de Fribourg

L'Université de Fribourg se caractérise par une répartition claire des tâches entre les chercheurs et les enseignants concernant le savoir. Si les uns ont pour rôle de le créer et de

³¹ « une atmosphère agréable »

³² « beaucoup de caractère »

le rendre accessible, les autres ont pour but de le transmettre aux étudiants. De manière générale, le besoin de l'Université de Fribourg de se justifier comme étant indispensable pour la société est très marqué dans le plan stratégique. Celui-ci ressemble presque à une liste d'arguments élaborant en quoi l'Université de Fribourg contribue au bon fonctionnement de la société et pourquoi elle est l'université rêvée de tous les chercheurs, enseignants et étudiants. Son modèle d'enseignement humaniste mélange intelligemment des engagements humanitaires, tels que le développement personnel et professionnel de son personnel, l'égalité des chances et la diversité culturelle, à une liberté conservée de « science ouverte » selon le modèle humboldtien qui permet aux chercheurs d'exploiter tout leur potentiel et leur créativité pour leurs recherches. Dans un modèle où l'enseignant reste indispensable pour que les étudiants acquièrent les connaissances requises par le monde professionnel, l'interdisciplinarité force l'étudiant à comprendre les synergies de nombreux domaines pour obtenir une vision globale du fonctionnement pratique et collaboratif de disciplines très différentes. L'université influence notamment en partie les attentes de la société afin de les consolider avec les décisions qu'elle prend concernant la recherche en préconisant un dialogue permanent. Elle préserve un caractère libre de la recherche. En même temps, elle préconise un enseignement basé sur les résultats de la recherche tout en décalant sa responsabilité le plus possible sur son rôle humanitaire pour détourner de son rôle en tant que site de recherche. À l'instar de l'Université de Sheffield, elle se distingue par son campus diversifié en termes de styles architecturaux, notamment par ses sites Miséricorde et Pérolles.

L'Université de Fribourg – La ville est le campus !

L'Université de Fribourg a été fondée en 1889 à l'initiative du conseiller d'État Georges Python qui fut le principal moteur de cette ouverture (Université de Fribourg, s.d. a). Initialement orientée vers une académie de droit, l'université commence alors à tenir des cours en faculté de lettres et de droit. La faculté des sciences voit le jour six ans plus tard sur le plateau de Pérolles (Université de Fribourg, s.d. a). Au début du 20^e siècle, l'université connaît une évolution rapide de son nombre d'étudiants et de professeurs et se voit confrontée à un manque de place, ce qui la pousse à la construction de son futur bâtiment principal en 1941, bâtiment connu sous le nom de « Miséricorde » (Université de Fribourg, s.d. a).

L'Université de Fribourg met l'accent sur la qualité de sa formation scientifique et de ses conditions d'apprentissage, de recherche et de travail ainsi que sur sa responsabilité envers

la société tout en respectant les principes éthiques, l'égalité des chances et les autres valeurs humaines requises (Université de Fribourg, s.d. b). Ces dernières années, elle insiste de plus en plus sur son engagement pour le développement durable et dans la participation active à un dialogue avec les autres universités et la ville de Fribourg (Université de Fribourg, s.d. b).

L'université compte actuellement près de 10.000 étudiants et 800 professeurs, chargés de cours et collaborateurs scientifiques (Université de Fribourg, s.d. c). En raison de sa situation géographique et de sa réputation de ville parfaitement bilingue, Fribourg attire de nombreux étudiants venant d'autres cantons, des villes alentours – particulièrement de Berne –, et d'autres pays, ce qui s'avère être un avantage considérable (Université de Fribourg, 2020, p. 4).

4.2.1. Rapports sociaux – L'université complète

L'université attache une importance équivalente à tous ses membres, qu'ils soient étudiants, enseignants ou chercheurs, car elle les considère comme des citoyens dont elle prend en charge le développement à la fois professionnel et personnel. Si elle prend bel et bien en compte les rôles très distincts des différents acteurs, elle offre à chaque membre des conditions adaptées, ayant pour but ce qu'elle appelle la « formation continue ».

La distinction entre le cœur enseignant et le cœur scientifique

En ce qui concerne la hiérarchisation des différents membres de la communauté universitaire de Fribourg, il est intéressant de constater le fossé distinct entre les étudiants et les enseignants, appartenant à une première classe, et les chercheurs dans une seconde classe. Le plan stratégique met en évidence cette frontière par des phrases telles que « Ce rôle de pont est encore renforcé par différents facteurs, tels que [...] sa proximité vécue entre les enseignant·e·s et les étudiant·e·s et entre les chercheurs et chercheuses. » (Université de Fribourg, 2020, p. 5) Le « entre » qui est positionné entre les étudiants et les chercheurs représente cette frontière. Si l'université considérait les deux classes comme égales, elle aurait plutôt formulé « entre les enseignant·e·s, les étudiant·e·s et les chercheurs et chercheuses ». La recherche et l'enseignement sont donc ici deux activités bien distinctes. La raison de cette séparation se déduit grâce à la façon dont la conception du savoir est répartie au sein de la communauté.

La conception du savoir

Basé sur la division des membres en deux classes principales, l'enseignement et la recherche, les tâches s'avèrent également réparties très clairement : les chercheurs « forgent » et

gènèrent le savoir en menant leurs recherches, et ce savoir est ensuite transmis aux étudiants par le biais des enseignants. Plutôt qu'un système de réseau, on penserait ici plutôt à une chaîne de valeur où le savoir est transmis de main en main. Il est d'abord investigué, expérimenté et vérifié pour ensuite être formulé de sorte qu'il puisse être transmis aux étudiants. La contribution au savoir de manière globale est donc très différente selon la classe concernée. De manière générale, la conception du savoir peut être divisée en deux catégories : sa création et sa transmission.

La priorité accordée à la relève scientifique

Pour l'entièreté du plan stratégique, cette université semble accorder une importance toute particulière à une classe de membres qu'on ne retrouve pas de façon aussi poussée pour l'Université de Sheffield. Il s'agit de la relève scientifique : « Consciente que l'excellence et la qualité sont créées par des individus, l'Université de Fribourg assure et promeut son attractivité auprès de chercheurs et chercheuses brillant·e·s, de la relève scientifique prometteuse, des étudiant·e·s talentueux et talentueuses et du personnel administratif et technique hautement qualifié. » (Université de Fribourg, 2020, p. 7) L'université s'investit énormément dans la garantie de cette relève scientifique et fait tout pour s'assurer que les jeunes chercheurs choisissent leur université en particulier et y restent le plus longtemps possible : « L'Université de Fribourg renforce sa position de site de recherche attractif et de qualité. Elle considère qu'un système de promotion transparent et le recours accru de procédures d'engagement selon le principe du *tenure track*³³ constituent un facteur d'incitation et de motivation important, en particulier pour les jeunes chercheurs et chercheuses. » (Université de Fribourg, 2020, p. 7) Elle promeut pour cela un site de recherche de haute qualité et attirant, qui garantit le plus de liberté possible en termes de recherche, qui encourage l'innovation (Université de Fribourg, 2020, p. 7) et qui voit la promotion de la relève scientifique comme une priorité (Université de Fribourg, 2020, p. 9).

Une université attrayante, complète et humaine

L'emploi du mot « attrayant » pour décrire à la fois l'environnement (Université de Fribourg, 2020, p. 7), l'aménagement des espaces (Université de Fribourg, 2020, p. 8) ainsi que les conditions d'apprentissage (Université de Fribourg, 2020, p. 9) et les perspectives pour les jeunes chercheurs (Université de Fribourg, 2020, p. 9) est très frappant. Il revient huit fois dans le plan stratégique. On sent dès lors le besoin fort de l'université d'attirer ses membres.

³³ Le *tenure track* est un plan de promotion qui garantit aux professeurs de l'université une sécurité d'emploi et une certaine liberté académique (Academic Positions, 2018).

L'université insiste notamment sur son titre d'« université complète » (Université de Fribourg, 2020, p. 4), citée en tout quatre fois dans le plan stratégique de dix pages. Elle met donc avec insistance l'accent sur le fait qu'elle dispose d'un spectre de cursus universitaire très large et pluridisciplinaire. Au vu de sa situation au cœur de la Suisse, cela s'accorde bien avec sa volonté de renforcer le plurilinguisme, qu'elle considère comme étant « [...] un atout et un trait distinctif unique de son profil, [...] » (Université de Fribourg, 2020, p. 9).

Les mots « humaniste », « éthique » et « humain » sont également très présents dans le plan stratégique. Les valeurs comme l'égalité des chances (Université de Fribourg, 2020, p. 9), les problèmes sociaux urgents (Université de Fribourg, 2020, p. 6), la compréhension des cultures linguistiques (Université de Fribourg, 2020, p. 6) sont au cœur des préoccupations de l'institution universitaire. Le vocabulaire employé ouvre donc déjà une piste vers un courant pédagogique humaniste comme modèle dominant.

Une formation continue et l'interdisciplinarité

On retrouve notamment la notion de « formation continue » comme un des objectifs principaux de l'université, ce qui fait qu'on la retrouve citée dix fois dans le plan stratégique de l'Université de Fribourg (2020). En effet, comme détaillé plus loin dans cette analyse, l'université considère que son engagement envers la société repose principalement sur le fait d'offrir un développement personnel et professionnel aussi complet que possible, peu importe qu'il s'agisse d'étudiants, d'enseignants ou de chercheurs.

L'apprentissage interdisciplinaire consiste lui aussi en un élément incontournable et il appuie le modèle d'enseignement de l'université tout au long du plan stratégique. L'adjectif « interdisciplinaire » est ainsi employé 18 fois en tout. Il est démontré par la suite que l'université encourage fortement la diversification dans des domaines interdisciplinaires dans le but de se rapprocher le plus possible d'un apprentissage considéré comme étant pratique.

4.2.2. Modèle d'enseignement – Mission humanitaire et science ouverte

L'Université de Fribourg se concentre essentiellement sur le développement personnel de ses membres et se consacre énormément à des objectifs d'ordre humanitaire. Son enseignement se veut encore très traditionnel et consiste en un contact direct avec l'enseignant, qu'elle considère comme fondamental. La méthode d'apprentissage fait selon elle de l'étudiant un individu critique et autonome. L'université compense le poids des besoins de la société qui pèse sur sa fonction de recherche de plusieurs façons : d'abord elle

influence au mieux les attentes de la société en l'éduquant aux sciences. Puis elle met à la disposition des chercheurs les meilleures conditions d'innovation possible et met tout en œuvre pour qu'ils soient exposés à peu de contraintes. Pour finir, elle axe sa responsabilité envers la société sur un devoir de former au mieux les membres de sa communauté, afin de faire d'eux des citoyens compétents. Ceci a pour but de laisser un maximum de liberté à la recherche malgré les contraintes. Elle accorde ainsi son modèle pédagogique à tendance humaniste avec un modèle selon la tradition de Humboldt, qui pourtant difficile à préserver de nos jours, mais auquel elle se montre très attachée.

Une contribution à échelle humaine

L'accent mis sur le côté éthique-humaniste indique rapidement un modèle pédagogique orienté humaniste. En vérité, le contexte éthique-humaniste se consacre essentiellement à la recherche, c'est-à-dire que l'université s'engage à « [...] une contribution substantielle à la compréhension des multiples interactions de l'humain avec son environnement et au développement d'approches nouvelles et innovantes aux questions et problèmes sociaux urgents et complexes, [...] » (Université de Fribourg, 2020, p. 6) ou encore à « [...] une contribution significative visant à maîtriser la complexité croissante de ces questions sociales, [...] » (Université de Fribourg, 2020, p. 4). L'université attache une importance particulière à l'aspect environnemental, digital, éthique et culturel auquel elle souhaite contribuer à sa façon : « À cette fin, elle souhaite renforcer et développer les pôles déjà existants autour des thèmes suivants : l'humain et son environnement, la digitalisation et la société, l'éthique, la coexistence de différentes religions et cultures dans des sociétés de plus en plus fragmentées, la compréhension des cultures linguistiques et du multilinguisme. » (Université de Fribourg, 2020, p. 6)

Cependant, l'expression du modèle humaniste se trouve également dans l'importance accordée au « développement de l'individu » (Université de Fribourg, 2020, p. 4) et aux « développement et promotion du personnel » (Université de Fribourg, 2020, p. 10) que l'on retrouve tout au long du plan stratégique, aussi bien pour les chercheurs que pour les enseignants. Le but est ainsi de développer des compétences essentiellement personnelles, et ce grâce à un parcours très individualisé « [...] en offrant un environnement centré sur les personnes et prenant en compte les différentes caractéristiques et les besoins individuels des jeunes chercheurs et chercheuses, [...] » (Université de Fribourg, 2020, p. 10).

L'université comme centre de formation

L'université se positionne comme entité dont le devoir est d'offrir les meilleures conditions de travail possible à son personnel : « L'Université de Fribourg crée des conditions de travail, de recherche et d'études permettant le meilleur équilibre possible entre famille, études et carrière, [...] » (Université de Fribourg, 2020, p. 11). La concurrence sur le marché concernant l'embauche de collaborateurs est considérée comme un réel défi (Université de Fribourg, 2020, p. 10) et l'université désire être plus autonome dans le domaine des ressources humaines (Université de Fribourg, 2020, p. 10). Combiné à son désir de se montrer la plus attrayante possible, que ce soit pour le personnel ou pour les étudiants, on comprend que l'université considère que sa responsabilité envers la société consiste essentiellement à recruter, puis valoriser et stimuler ses citoyens. Plus qu'une simple entité d'enseignement, elle assume de plus en plus un rôle similaire à un centre de formation.

L'enseignant comme source d'apprentissage

L'enseignant semble clairement ne pas être une fonction auquel l'Université de Fribourg souhaiterait renoncer prochainement. En effet, les enseignants sont essentiels pour permettre le développement des étudiants. C'est pour cela qu'« Elle entend assurer l'encadrement étroit des étudiant·e·s par les membres du corps enseignant en continuant à promouvoir la proximité déjà perçue aujourd'hui comme un atout particulier, [...] » (Université de Fribourg, 2020, p. 8) ou encore que « [...] l'Université de Fribourg s'engage à respecter son caractère fondamental d'université présentielle et cultive en particulier "l'échange analogique", indispensable à un enseignement universitaire de qualité. » (Université de Fribourg, 2020, p. 8) Les enseignants sont dès lors la ressource principale permettant le meilleur enseignement possible, ce pourquoi il est indispensable de rendre l'université attrayante à leurs yeux.

L'université face à la transformation digitale

La transformation digitale semble être considérée comme un réel défi, pour ne pas dire souci, pour l'enseignement à Fribourg. Alors que ce sujet de la digitalisation est absent du plan stratégique de l'Université de Sheffield, elle se démarque dans celui de l'Université de Fribourg. Elle empêche l'enseignement et le contact direct entre étudiant et enseignant, ce qui semble être selon elle « [...] la seule façon de promouvoir de façon optimale le développement de l'individu. » (Université de Fribourg, 2020, p. 4) Même si l'université s'efforce de voir la transformation digitale comme étant une opportunité, son discours sur les changements nécessaires dus à la transformation digitale, à laquelle elle doit « faire face »

(Université de Fribourg, 2020, p. 8), n'est pas le fruit de son initiative ou de sa volonté. La transformation digitale met en avant l'importance du contact direct. Considérer ce dernier comme primordial pour l'enseignement accentue le savoir en tant que phénomène qui se « transmet » : l'apprentissage ne peut se faire sans « transmetteur », donc sans enseignant.

L'étudiant comme citoyen responsable

Par rapport à l'Université de Sheffield qui considère ses étudiants quelque peu comme des soldats, l'Université de Fribourg semble davantage se concentrer sur la formation des étudiants de sorte à ce qu'ils puissent répondre aux attentes de la société. Tandis que l'Université de Sheffield s'engage à préparer de futurs employés, à la fois utiles à leur propre activité mais aussi aux besoins externes, l'Université de Fribourg prépare ses étudiants davantage à une vie de citoyen responsable dont le but est de « [...] s'engager dans le développement futur de la société. » (Université de Fribourg, 2020, p. 4) Ceci s'adjoint au modèle humaniste préconisé, qui vise essentiellement à développer des compétences, faisant de l'étudiant un être responsable et conscient de soi. Cela explique notamment pourquoi il est question de « développement de l'individu » (Université de Fribourg, 2020, p. 4) comme priorité de l'enseignement.

L'étudiant comme fruit d'un enseignement de qualité

Cependant, la performance des étudiants ne contribue pas directement à la recherche, car leur unique rôle en tant qu'étudiants est d'apprendre. Par contraste, les étudiants de Sheffield sont beaucoup plus impliqués dans le processus de recherche dans le sens où ils contribuent directement aux divers projets et où l'apprentissage et la découverte se font en parallèle. Cela accentue encore une fois la distinction faite entre les rôles d'enseignant et de chercheur. L'université s'assure néanmoins de la mise à disposition des compétences nécessaires aux étudiants pour devenir de futurs employés ou chercheurs, par exemple « en encourageant l'indépendance précoce et en mettant à leur disposition des interlocuteurs et interlocutrices indépendant·e·s. » (Université de Fribourg, 2020, p. 9)

Un étudiant de l'Université de Fribourg peut ainsi être comparé à un employé dont on augmente les qualifications : les formations, cursus universitaires et activités sont sans cesse améliorés dans le but de former des étudiants toujours plus « performants » et de plus en plus aptes à répondre aux attentes extérieures. Cela améliore l'image de l'université, la rend ainsi plus convaincante auprès de son personnel et des autorités publiques qu'elle tente sans cesse de convaincre. Comme détaillé par la suite, on constate que l'université s'efforce à concentrer son devoir envers la société sur la formation de la communauté qu'elle héberge

pour en contrepartie offrir le plus de liberté possible au domaine scientifique et de la recherche, qui se doit de rester « open » selon le modèle humboldtien.

L'interdisciplinarité comme clé d'un enseignement dit « pratique »

À défaut de disposer d'un réseau physique de professionnels permettant l'apprentissage, l'Université de Fribourg promeut la capacité de *penser* en réseau : « L'Université de Fribourg met à disposition de ses étudiant·es d'excellentes compétences professionnelles et méthodologiques. Une large offre de cours interdisciplinaires permet aux étudiant·es de développer leur capacité à penser en réseau [...] » (Université de Fribourg, 2020, p. 8). On retrouve aussi : « Afin de promouvoir la pensée en réseau et interdisciplinaire, l'Université de Fribourg veut offrir aux étudiant·e·s un degré élevé de flexibilité et d'accessibilité à des cours en dehors de leur discipline de base, combiné à la possibilité (surtout pour les étudiant·e·s talentueux et talentueuses) [...] » (Université de Fribourg, 2020, p. 8). Elle considère que l'acquisition de compétences pratiques et professionnelles, qui sont requises pour répondre aux besoins de la société, repose entre les mains de l'interdisciplinarité qu'elle encourage auprès de l'ensemble des étudiants. Un étudiant orienté pratique est donc un étudiant qui aura acquis des connaissances dans un grand nombre de domaines et qui aura par conséquent compris comment ces différents domaines collaborent en tant que « réseau ».

Le dialogue plutôt que la collaboration

L'université exprime à maintes reprises l'importance du contact avec la société qu'elle considère comme bénéfique pour sa communauté : « Elle est particulièrement convaincue que le contact avec la pratique produit aussi un effet stimulant en faveur d'une recherche et d'un enseignement axés sur les besoins et répondant aux problèmes actuels. » (Université de Fribourg, 2020, p. 9) Cependant, les parties prenantes externes sont impliquées de manière beaucoup plus indirecte dans le fonctionnement de l'Université de Fribourg que ce n'est le cas pour l'Université de Sheffield : « Elle veut concrétiser sa perception d'elle-même en tant que lieu de dialogue en offrant des services attrayants au public et en rapprochant encore plus les étudiant·e·s et les chercheurs et chercheuses et le monde du travail, entre autres par le soin apporté aux Career Services et par une communication claire et adaptée aux destinataires [...] » (Université de Fribourg, 2020, p. 11). Elle se limite à une mise en relation extérieure au programme universitaire au lieu d'intégrer directement les professionnels dans la conception des cours et projets. En ce qui concerne la société, l'Université de Fribourg fait beaucoup plus référence au dialogue qu'à une collaboration

concrète. Les besoins sont identifiés uniquement « par le dialogue » (Université de Fribourg, 2020, p. 7) au lieu de permettre une réelle coproduction du savoir et de l'avancé scientifique.

L'Open Science face aux exigences de la société

L'Université de Fribourg (2020, p. 8) se considère être une « haute école universitaire engagée dans la tradition humboldtienne » et dit clairement qu'elle « [...] s'engage à respecter le principe de l'*Open Science*, [...] » (Université de Fribourg, 2020, p. 7). Le terme d'université selon la tradition de Humboldt semble pourtant mal utilisé, puisqu'il figure dans la même phrase se basant sur la possibilité d'offrir des perspectives professionnelles : « [...] l'Université de Fribourg est un excellent établissement d'enseignement et de recherche, interdisciplinaire, qui s'inscrit dans la tradition de Humboldt de l'unité de la recherche et de l'enseignement et offre de remarquables perspectives de développement et de carrière. » (Université de Fribourg, 2020, p. 4) Pourtant, son engagement envers la société comme priorité est omniprésent dans le plan stratégique. Cette phrase est l'un des nombreux exemples montrant la dévotion de l'Université à prendre ses responsabilités : « [...] l'Université de Fribourg assume ainsi sa responsabilité dans l'enseignement et la recherche vis-à-vis du monde politique, de l'économie et de la société. » (Université de Fribourg, 2020, p. 6)

Malheureusement, la volonté d'une science ouverte selon Humboldt est difficilement compatible avec le temps consacré à un enseignement de qualité et le respect des exigences d'une société toujours plus impliquée dans la recherche. Or, on constate que l'Université de Fribourg qui « [...] s'inscrit dans la tradition de Humboldt de l'unité de la recherche et de l'enseignement [...] » (Université de Fribourg, 2020, p. 4) est aussi « [...] consciente de ses multiples responsabilités envers la société. » (Université de Fribourg, 2020, p. 11)

La logique voudrait que l'Université de Fribourg s'oriente davantage vers un modèle anglo-saxon qui s'accorderait mieux avec les missions humanitaires et le développement personnel et individualisé pour toute la communauté universitaire, y compris le personnel enseignant et scientifique. La sensation que l'Université de Fribourg reste très attachée à un modèle d'enseignement pourtant de plus en plus incompatible avec l'évolution actuelle de la société et qu'elle ne semble pas vouloir y renoncer est interpellant. Comment l'université arrive-t-elle donc à conserver une certaine consistance, sans laquelle elle ne pourrait pas fonctionner ?

L'université façonne la ville

L'Université de Fribourg se démarque par sa façon de faire coexister les intérêts de la société avec les siens. En effet, « [...] l'Université de Fribourg façonne la vie culturelle et économique de la Ville et du Canton. Elle joue ainsi un rôle indispensable [...]. Elle apporte des réponses pour façonner le quotidien de l'économie et de la société. » (Université de Fribourg, 2020, p. 4) Étant donné que l'université est indispensable dans le développement de l'identité de la société qu'elle « façonne », la société aura des attentes qui seront en accord avec les recherches entreprises par la communauté universitaire. Les deux entités, université et société, finissent par ne former plus qu'un, évitant ainsi que des conflits et tensions ne naissent au niveau des intérêts et des besoins. Cela permet à l'université de préserver son caractère indépendant et sa possibilité de manœuvre quant aux décisions prises dans le domaine de la recherche. L'université n'est plus au service de la société, mais elle en devient son créateur.

Dans ce but, elle exploite notamment la plateforme d'échange « Science et Société » dont l'objectif est « [...] la sensibilisation de la politique, de l'économie et du public aux questions et tendances sociales actuelles, telles que la préservation des ressources naturelles et la transformation digitale, et apporte aux débats des contributions efficaces et axées sur les solutions. » (Université de Fribourg, 2020, p. 11) Cela lui permet d'influencer la société dans les sujets scientifiques qui auront le potentiel de l'intéresser. Elle guide ainsi l'intérêt de la société vers des sujets, bien entendu d'actualité, mais également sélectionnés en fonction des domaines de recherches que l'université favorise, ce qui lui restitue une partie de sa liberté.

La liberté des chercheurs et la formation du personnel comme compensation

Comme précisé auparavant, l'université tente d'offrir les meilleures conditions possible permettant aux jeunes chercheurs de s'exercer : « L'Université de Fribourg promeut la liberté académique dans toute sa diversité. Elle crée et garantit des espaces de liberté caractérisés par la responsabilité personnelle et la promotion d'une pensée critique et indépendante favorisant la créativité des chercheurs et chercheuses. Elle laisse de la place pour le non conventionnel, l'imprévu et l'inventivité, préparant ainsi le terrain de l'innovation. » (Université de Fribourg, 2020, p. 7) Ses conditions attrayantes en tant que site de recherche ont pour but de compenser le manque de flexibilité causé par les attentes de la société. Elle restaure de cette manière de façon aussi authentique que possible le concept de « science ouverte ».

Ensuite, l'Université de Fribourg fait basculer ses responsabilités comme entité de recherche au service de la société vers une nouvelle fonction de centre de formation : « [...] l'Université de Fribourg entend développer son offre différenciée de formation continue et ainsi assumer pleinement son mandat légal et sa responsabilité envers la société. » (Université de Fribourg, 2020, p. 8) Elle consacre une grande partie de son énergie à offrir des possibilités de formation de qualité et attirantes « [...] comme par exemple les programmes de formation des enseignant·e·s pour lesquels l'université dispose d'une offre très originale et attractive » (Université de Fribourg, 2020, p. 5). Elle forme ainsi des citoyens responsables et qualifiés.

Un enseignement basé sur les résultats de la recherche

Il est intéressant d'observer la façon dont s'imbriquent enseignement et recherche au sein de l'Université de Fribourg. Ainsi, celle-ci se définit « [...] en tant qu'institution où les découvertes scientifiques sont promues et enseignées sans être liées à des intérêts particuliers ou à des orientations politiques. » (Université de Fribourg, 2020, p.7) Cette citation met par ailleurs une nouvelle fois l'accent sur le souhait de l'université d'effectuer ses recherches sans contrainte malgré l'obligation de l'université de se plier aux attentes de la société. Ce qui est également intéressant dans cette citation est la fonction attribuée à la recherche. En effet, alors que l'Université de Sheffield présente la recherche comme étant une opportunité concrète d'apprentissage et qu'elle permet de fusionner les rôles d'enseignant et de chercheur, l'Université de Fribourg maintient à nouveau une distinction très claire entre ces deux rôles. Pour que la recherche puisse être enseignée, cela implique qu'elle doit aboutir à des résultats avant que l'enseignement ne puisse se faire. Pour résumer, l'enseignement ne peut avoir lieu que si la recherche a été effectuée en amont. L'enseignement s'enrichit des résultats obtenus par la recherche, mais pas l'inverse. Le plan stratégique précise effectivement « [...] qu'un enseignement basé sur les résultats d'une recherche de pointe reste une condition indispensable à une formation scientifique de qualité. » (Université de Fribourg, 2020, p. 8) Elle se considère avant tout comme étant créatrice de connaissances, qu'elle met ensuite à disposition de la société : « L'Université de Fribourg met les connaissances qu'elle crée à disposition de la politique, de l'économie et du public, [...] » (Université de Fribourg, 2020, p. 7).

4.2.3. Espaces universitaires – Un modèle en transition

Comme pour l'Université de Sheffield, on observe une articulation entre l'ancien et le nouveau qui est tout à fait remarquable. Le campus de l'Université de Fribourg est composé de deux sites principaux de deux styles différents et donc les bâtiments reflètent des époques bien distinctes. Cela fait ressortir des perceptions du fonctionnement très enrichissantes pour la stratégie de communication et permet d'imaginer l'évolution de son modèle d'enseignement.

Le survol du campus

L'angle choisi par la prise de vue ne permet pas de déambuler à travers le campus, mais offre plutôt une vue globale prise des cieux, permettant de voir l'étendue du campus et la ville dans laquelle il se situe. Cette façon de filmer donne l'impression de survoler le campus à l'aide d'un drone. Cette vue est particulièrement adaptée au slogan « la ville est le campus » repris dans les deux vidéos analysées, car cette vue au-dessus de Fribourg montre l'intégration et la présence marquée du campus dans la ville. La connexion avec la ville est ainsi fortement mise en valeur. La ville et l'université sont représentées comme formant une seule unité. Les vues sur la ville et sur le campus sont présentées de manière quasiment équivalente en termes de temps sur les vidéos.

Ensuite, le style général des deux vidéos est très différent de celles de l'Université de Sheffield. À noter que ces vidéos ont été rigoureusement sélectionnées, car il s'agit de celles qui donnent la vue la plus complète sur l'ensemble du campus. Les autres vidéos disponibles sur le canal YouTube de l'Université de Fribourg ne montrent essentiellement que des activités au sein de la ville, sur des parties limitées du campus ou ont pour sujet d'autres thèmes comme des séminaires scientifiques. Les vidéos mettant au premier plan la présentation du campus de l'Université de Fribourg ne sont accompagnées que de musique et n'incorporent aucune intervention d'un membre de la communauté universitaire. La vidéo présentant l'Université de Fribourg pour l'année 2020 ne souligne que quelques mots clés et la vidéo intitulée « La ville est le campus ! » se contente de montrer le logo de l'université en fin de vidéo, sans aucun texte. Il est utile de rappeler que les écrits et les messages parlés contenus dans les vidéos ne sont pas concernés par l'analyse, bien qu'il soit intéressant de constater que les deux universités utilisent des approches différentes pour présenter leur campus respectif.

La tour Henri, les sites de Miséricorde et de Pérolles

Dans le plan stratégique, on retrouve la description d'un nouveau projet architectural visant l'extension de la faculté de droit : il s'agit de la construction du nouveau bâtiment, baptisé la Tour Henri. Ce nom est inspiré de la tour Henri de Fribourg, représentée sur l'illustration 4.2.3. (1). Elle faisait anciennement partie de la muraille qui protégeait la ville au Moyen Âge et est toujours visible sur le campus Miséricorde (Morel, 2012). Ce projet de construction a démarré en 2013 à la suite d'un concours d'architecture lancé pour l'aménagement du campus Miséricorde (Université de Fribourg, 2014). La très bonne réputation à travers la Suisse et l'Europe de la faculté de droit confère à ce nouveau bâtiment une importance toute particulière. De plus, comme pour la St. George's Church acquise récemment par l'Université de Sheffield et le Diamond construit en 2015, l'acquisition ou la construction de nouveaux bâtiments universitaires en dit long sur la stratégie actuelle des universités, ce pourquoi ils sont à prendre en considération.



Illustration 4.2.3. (1) : **La tour Henri** (Source : Université de Fribourg, 2016)

Construite sur quatre sites différents, l'Université de Fribourg met néanmoins fortement en avant ses deux campus principaux : Miséricorde et Pérolles. Miséricorde est en priorité consacré aux facultés de droit et des lettres, tandis que Pérolles est dédié aux facultés des sciences. Bien que l'Université de Fribourg (2020, p. 12) ne consacre qu'un chapitre court à ses infrastructures, ce sont justement ces deux sites qui sont mentionnés concernant les améliorations envisagées. Ils font partie des sites les plus montrés dans les vidéos, où ils sont filmés de haut, ce qui révèle leur structure imposante. Ces deux sites disposent à chacun d'un grand bâtiment principal, connu généralement sous le même nom que le site (Miséricorde et Pérolles) et ces deux bâtiments principaux sont tous deux rapidement reconnaissables grâce

à leur structure unique. Ils sont montrés sur les deux illustrations 4.2.3. (2) et 4.2.3. (3) sous la même perspective de vue utilisée à maintes reprises dans les vidéos.



Illustration 4.2.3. (2) : **Miséricorde** (Source : Université de Fribourg, 2016)



Illustration 4.2.3. (3) : **Pérolles** (Source : Université de Fribourg, 2016)

La tour, les quartiers généraux militaires et la zone industrielle

Contrairement aux autres bâtiments sélectionnés pour l'analyse, que ce soit pour l'Université de Fribourg ou celle de Sheffield, la métaphore de la tour pour le nouveau bâtiment de la faculté de droit ne fait nullement allusion à l'apparence externe du bâtiment. Le bâtiment n'étant pas encore en cours de construction pour le moment et ne prévoyant pas de remplacer l'actuelle tour, la métaphore est bel et bien tirée du nom attribué au nouveau bâtiment. Il est par ailleurs utile de préciser que la tour Henri fait partie des symboles de la ville de Fribourg et qu'elle est également montrée lors de la présentation du campus. Elle est considérée comme faisant partie intégrante de ce dernier en raison de sa position sur le site de Miséricorde. Comme la tour Henri était à l'origine une tour de défense pour les enceintes de

la ville, la métaphore se limite à celle d'une tour de garde, et non à une tour de château par exemple.

Le bâtiment principal du campus Miséricorde est quant à lui associé à des quartiers généraux militaires. L'angle de la prise de vue choisie dans les vidéos rappelle étrangement celui utilisé pour filmer le Pentagone aux États-Unis, présenté sur l'illustration 4.2.3. (4), et la façon dont les ailes sont reliées sont similaires. Le site de Miséricorde étant le plus ancien de l'université, il peut être considéré comme étant une sorte de « quartier général » de l'université. De manière générale, les quartiers généraux militaires présentent des structures particulières et distinctives, semblables à celles du bâtiment principal. La couleur terne et le nombre important de fenêtres sont également des caractéristiques que l'on peut considérer comme se ressemblant dans les deux cas.



Illustration 4.2.3. (4) : **Le Pentagone** (Source : « *The Pentagon* », 2021)

La structure aérienne sur le campus Péroilles évoque quelque peu celle d'une zone industrielle. À l'exception des autres métaphores qui font toutes référence à des bâtiments à la structure isolée, il a été jugé que la prise de vue offrait une perspective qui convient particulièrement bien à la métaphore de zone industrielle. Cette métaphore peut sembler particulière, pourtant elle révèle des perceptions à prendre en considération. Le plateau de Péroilles regroupe en réalité plusieurs hautes écoles, des écoles primaires et d'autres centres de formation en dehors de l'Université de Fribourg. Il est pour cela considéré comme un véritable pôle pour l'enseignement (Le Temps, 2001). Il est également l'ancien cœur industriel de la ville fribourgeoise (Le Temps, 2001), d'où son apparence encore et toujours industrialisée. L'illustration 4.2.3. (5) donne un exemple d'une zone industrielle dont la perspective est similaire à celle utilisée pour filmer le campus Péroilles.



Illustration 4.2.3. (5) : **Zone industrielle de Domont** (Source : « Domont », 2021)

La tour

En commençant par la métaphore de la tour de garde, on constate que celle-ci attribue une fonction très particulière au bâtiment auquel elle est associée. Les tours sont des parties de châteaux ou de murailles dont le but est de pouvoir observer les alentours et de réagir à temps en cas de danger. Elles possèdent donc une fonction de surveillance et de contrôle, permettant la protection de la ville et l'enceinte dont les tours sont des composantes. Par leur hauteur imposante et leur forme cylindrique, elles sont facilement repérables, pourtant il est compliqué d'en atteindre l'occupant, qui se voit protégé par sa position en hauteur. Faisant partie intégrante d'une muraille, elle fixe les limites de la ville. La tour n'est pas un lieu public : son accès est réservé aux personnes auxquelles le rôle de garde est directement attribué. Les seuls mouvements observables sont ceux dus aux tours de garde, faisant permuter les gardiens en charge de la surveillance des alentours.

Les quartiers généraux militaires

Les infrastructures de quartiers généraux militaires sont quant à elles particulièrement imposantes et induisent un sentiment de respect. Elles sont de nature froide, terne et composées de formes lisses et régulières, ponctuées d'un nombre important de petites fenêtres. L'armée est représentative de la puissance d'un pays : ses soldats ont juré de protéger leur nation au prix de leur vie. Il s'agit d'un bâtiment sous haute sécurité et les accès d'entrée et de sortie sont strictement contrôlés. La nature des décisions prises et de la conduite des opérations au sein des quartiers généraux est strictement confidentielle. Les quartiers généraux se trouvent rarement au cœur de la ville et sont décentralisés du pouvoir,

ce qui veut dire qu'on ne les retrouvera pas forcément à côté d'un palais ou d'une entité gouvernementale.

La zone industrielle

Concernant la zone industrielle, on remarque le potentiel dynamique et diversifié de ce type de lieux. Il est marqué par le mouvement incessant de camions, machines, voitures et humains. La zone peut être composée de surfaces de vente, de hangars, d'usines et de centres de stockage mais n'est pas destinée à l'habitat. Malgré des constructions dotées de couleurs neutres et aux formes essentiellement cubiques, le mouvement permanent d'individus et de machines égaye le site de couleurs vivantes. Les passages sont informels, fréquents et la zone est dans la majorité des cas accessible à tous. On y retrouve une population œuvrant au sein de l'industrie et de la construction. Les zones industrielles sont des composantes importantes du développement économique et social. Elle promeut la production locale, le transport, dont l'exportation de biens, ainsi que l'évolution technologique.

L'université protège la société

Les perceptions suivantes sont retenues : l'université a pour vocation de protéger la société. Elle endosse un rôle stratégiquement important et porte une certaine responsabilité, car elle met en garde contre des dangers potentiels et défend la société en conséquence. Ce rôle de défenseur n'est cependant pas donné à tout le monde et requiert pour cela des personnes formées dans ce but précis. Cette perception correspond assez étroitement à l'idée d'échange que l'Université de Fribourg provoque afin de sensibiliser la société aux défis sociaux pour ensuite lui proposer des solutions adéquates. Elle met en garde contre les enjeux à venir et met à disposition les outils nécessaires, entre autres les connaissances qu'elle a développées en son sein. La prise de décision et la planification se déroulent en interne pour ensuite transmettre un plan d'action. L'université élabore donc des « stratégies » concernant les domaines de recherche pour ensuite les communiquer à la société dans l'intérêt de protéger cette dernière. Ceci renforce fortement le caractère secret de la recherche jusqu'à ce qu'elle aboutisse à des résultats concrets : la façon dont la recherche est menée est donc laissée entre les mains de l'université, tandis que la société s'intéresse aux résultats et donc aux solutions concrètes apportées. Le dialogue ne se fait que dans un sens : l'université questionne les besoins de la société et développe des réponses appropriées, mais la pratique de l'université pour arriver à ces résultats n'est pas remise en question. Ce qu'il est important, c'est que l'université est dévouée et avant tout au service de l'être humain, dont elle doit assurer le bien-être à tout prix.

Un lieu isolé, symbole de protection et de confiance

La perception due aux métaphores de la tour et des quartiers généraux fait de l'Université de Fribourg un lieu à part, comme pour l'Université de Sheffield. L'université a une bonne connaissance de ce qui l'entoure, alors que l'inverse est compliqué. La société ne sait pas réellement ce qui se déroule au sein de la communauté universitaire. L'université reste par conséquent une entité dont la communication avec l'extérieur se limite à l'essentiel. Il n'y a pas de collaboration : la société demande et l'université exécute. Cela fait cependant d'elle une entité à laquelle la société accorde entièrement et presque aveuglément sa confiance. Il s'agit, comme pour l'Université de Sheffield, d'un lieu facilement distinguable et très visible, comme si l'université cherchait à marquer son territoire. L'université représente ainsi indéniablement un symbole de protection et de confiance.

Un lieu d'échange

Si l'on analyse la métaphore de la zone industrielle, on tombe sur une perception de fonctionnement tout à fait nouvelle et presque contradictoire comparée à celles ressortant des métaphores tirées de symboles plus anciens : l'université devient clairement un lieu d'échange avec l'extérieur et s'exprime à travers un va-et-vient permanent. Le campus universitaire est dès lors une zone à laquelle a été attribuée une autre fonction que la protection : celle de l'échange et du développement par la mise en commun. L'importance de cette zone est déterminante pour le bon fonctionnement économique, politique et social de la société. L'accès est informel et facile afin de favoriser cet échange. Le savoir est ainsi accessible à tous et est le fruit de la collaboration.

Cette perception remet en question la conception habituelle du savoir créé par les chercheurs pour ensuite être transmis par l'intermédiaire des enseignants aux étudiants. On retrouve ici une hiérarchie beaucoup plus homogène pour laquelle le savoir se fait par coproduction et non uniquement par le dialogue. On se rapproche étroitement du système de réseau que l'on avait observé pour l'Université de Sheffield.

Les dimensions des métaphores de l'Université de Fribourg

Le tableau 7.4.3 reprend les dimensions principales des métaphores analysées. Celles-ci aboutissent sur une perception globale du savoir et de l'université en tant qu'entité.

Métaphores	Tour de garde	Quartiers généraux militaires	Zone industrielle
Bâtiments	Tour Henri	Miséricorde	Pérolles
Apparence extérieure	Forme cylindrique, hauteur imposante, fait souvent partie d'une ancienne muraille	Nombreuses fenêtres, structure traduisant la rigueur, formes particulières (cercle, pentagone, ...)	Structure très carrée, peu esthétique, couleurs grises
Usage du lieu	Lieu de protection	Lieu de planification et de rassemblement	Lieu de production et d'échange
Accès	Accès limité aux personnes concernées	Très restreint, pas d'accès au grand public	Facile d'accès, pas de restriction
Passages	Permettre d'effectuer des tours de garde	Très contrôlés, sous haute surveillance	Informels et fréquents
Objectif principal	Permettre de voir loin à l'horizon De défendre la ville autour	Lieu de rassemblement militaire, conduite des opérations, prise de décisions	Permettre l'échange de biens, l'interaction autour de divers
Classement social/hiérarchique	Accès limité/réservé aux sentinelles et aux gardiens (=/= ouvert au grand public)	Limité aux militaires et autorités : personnes de pouvoir	Classe ouvrière (le « peuple »)
Pouvoir	Symbole de pouvoir, position avantageuse avec bonne vue sur les alentours	Représentation du pouvoir militaire, défense du pays	Importance économique pour le bon fonctionnement de la société
Position/situation	Dans ce cas stratégique, donc aux limites de la ville	Décentralisé (jamais en plein centre-ville, loin du palais et des chambres)	Quartier/zone bien déterminée
Perceptions	Rôle de protéger la ville en l'alertant des potentiels dangers. Son accès est réservé aux personnes dont le rôle est de protéger la ville.	Les chercheurs ont pour mission d'élaborer des stratégies à mettre en pratique dans l'intérêt de la société. Le déroulement des opérations reste secret jusqu'à sa mise en pratique.	Lieu de production et d'échange du savoir. Le va-et-vient traduit un mouvement, un échange entre de nombreux acteurs et le libre accès.

Tableau 4.2.3. : Les dimensions des métaphores de l'Université de Fribourg

4.2.4. Fribourg, une université en transition ?

On observe pour l'Université de Fribourg des métaphores menant à une communication visuelle en termes de fonctionnement qui renforcent fortement le modèle d'enseignement, à la fois sous sa forme actuelle mais également à venir. On observe une accentuation de la responsabilité face à la société à travers une fonction de protection, ainsi qu'un souhait de

collaboration beaucoup plus poussé qu'il ne l'est actuellement dans le plan stratégique, dans lequel on se limite au simple dialogue avec la société.

La fonction de protection

Par la manière dont elle communique à travers ses espaces, l'Université de Fribourg renforce considérablement son statut d'entité indispensable au bon fonctionnement de la société. Tout ce qu'elle entreprend, que ce soit à travers l'enseignement, la recherche, ses objectifs de formation, des missions humanitaires, etcetera, a pour unique but de faire de la société un monde meilleur et de la doter « d'armes » efficaces face aux changements du futur. Elle élabore des stratégies dans de nombreux domaines afin de fournir à la société des solutions adéquates à des problèmes actuels. Ses atouts sont la recherche et des citoyens prêts à mettre en œuvre ces solutions. Elle apprend à sa communauté universitaire, c'est-à-dire aussi bien les étudiants que le corps scientifique et enseignant, à embrasser la vocation de serviteurs de la société. Elle réduit de la sorte une fois de plus la tension entre la science ouverte et les attentes concrètes de la société, puisqu'il devient naturel pour les chercheurs de se consacrer automatiquement à des pistes de recherche qui seront applicables à des problèmes sociétaux plutôt que de se consacrer uniquement à la recherche dans une quête de science pure.

La transition du dialogue vers l'échange

Tout au long du plan stratégique, on observe le souhait de l'Université de Fribourg de développer de plus en plus ses compétences en dialogue, que ce soit pour répondre aux besoins de la société ou aux besoins des étudiants de trouver un employeur. Elle dit vouloir « concrétiser sa perception d'elle-même en tant que lieu de dialogue » (Université de Fribourg, 2020, p. 11). Pourtant, la perception ressortant de la métaphore de la zone industrielle exprime bien plus que cela : le savoir est sur le point de devenir le résultat d'un grand nombre d'acteurs, y compris extérieurs à la communauté universitaire. On peut ainsi supposer que l'Université de Fribourg est en actuelle transition vers un modèle d'échange collaboratif qui se rapproche de plus en plus de celui reconnaissable à travers le plan stratégique de l'Université de Sheffield. Certains passages dans le plan stratégique illustrent cette direction vers un nouveau modèle plus collaboratif, par exemple : « Pour ce faire, l'Université de Fribourg crée des synergies par l'utilisation partagée de ces ressources à l'interne et en collaboration avec d'autres hautes écoles » (Université de Fribourg, 2020, p. 13). On sent que ce modèle est encore en période de gestation dans le plan stratégique, alors qu'il est déjà beaucoup plus poussé dans la communication visuelle à travers les espaces.

La tour Henri – Préservation du statut de protection et du patrimoine

La perception née du mot « tour » pour désigner le nouveau bâtiment de la faculté de droit confirme l'hypothèse comme quoi les universités restent attachées à des perceptions anciennes, qui reflètent leur patrimoine et leur responsabilité envers la société. Elle rafraîchit le rôle de l'université en tant que protectrice de la société. S'il peut paraître étrange que les universités attachent autant d'importance à d'anciens bâtiments, on constate cependant que ces perceptions influencent positivement la stratégie de communication et confèrent un caractère authentique à l'université, qui reste fidèle à son histoire et à celle de sa ville.

L'impact de la communication visuelle de l'Université de Fribourg

La communication visuelle ne se contente pas uniquement de soutenir la stratégie de communication de manière globale, mais elle donne des indices sur l'éventuelle tournure que prendra très probablement le modèle d'enseignement à l'avenir. En effet, la collaboration et l'échange sont ici clairement au cœur de la communication. Elle renforce également le côté humanitaire de l'Université de Fribourg, ce qui la pousse à s'engager pour l'être humain et à le défendre. Les perceptions intègrent fortement l'aspect indépendant de l'université dans sa prise de décision et l'accentuent. Le plan stratégique nous révélait déjà l'importance du maintien de cette indépendance pour l'université, puisqu'elle souhaite conserver sa liberté en termes de science et de recherche.

Elle combine le tout par une mise en harmonie du campus avec les aspects de la ville, toujours dans l'optique du slogan « La ville est le campus ! » (Université de Fribourg, 2016). L'intérêt du futur étudiant qui regarde la vidéo ne se porte pas uniquement sur le campus universitaire, mais également sur la ville qui deviendra son nouveau cadre de vie. Similaire à celle de l'Université de Sheffield, on constate ici une communication visuelle qui se consacre à bien plus que le modèle d'enseignement et les rapports sociaux : le but est de véhiculer l'atmosphère du campus telle que l'Université de Fribourg souhaite présenter ses espaces pour convaincre le plus grand nombre possible d'étudiants de rejoindre la communauté universitaire. Comme observé dans le cas de l'Université de Sheffield, on constate à nouveau une articulation intéressante entre le nouveau et l'ancien qui enrichit fortement la stratégie de communication dans son ensemble.

5. Discussion

L'analyse de la stratégie de communication des universités a su mettre en évidence le rapport entre les trois dimensions de l'idéologie universitaire et particulièrement comment les espaces, sous forme de communication visuelle, contribuent au soutien de cette stratégie. Nous avons ainsi pu constater que la communication visuelle soutient parfaitement le plan stratégique en mettant en avant divers éléments de l'idéologie. L'hypothèse comme quoi la communication visuelle se contente de reprendre des éléments du plan stratégique est révoquée. Les espaces renforcent certes la stratégie de communication, mais en mettant en évidence d'autres éléments que ceux liés au modèle d'enseignement et aux rapports sociaux. Ceci s'explique essentiellement par le fait que les deux outils de communication visent des publics très différents.

Les apports de la communication visuelle dans le cas des Universités de Sheffield et de Fribourg

L'Université de Sheffield vante une communauté privilégiée, qui fait usage du savoir pour le bien de la société, et montre son besoin constant de se distinguer pour faire honneur à son statut d'excellence. L'Université de Fribourg, elle, concentre sa communication sur son rôle protecteur et le maintien de son indépendance en tant qu'institution d'enseignement et de recherche.

Nous avons pu constater que pour des modèles d'enseignement pourtant très contrastés, les communications visuelles des deux universités ont poursuivi des objectifs similaires pour mettre en valeur leurs campus respectifs. Dans les deux cas, on observe ainsi une tendance à articuler l'ancien et le nouveau pour créer une atmosphère à la fois attirante et moderne, mêlant les vestiges du passé aux besoins actuels de la société. Les universités de Sheffield et de Fribourg se servent ainsi toutes deux de leur patrimoine pour faire du campus un lieu accueillant et captivant. Le rachat d'anciens bâtiments pour Sheffield et la construction de nouveaux sur la base d'évocations anciennes pour Fribourg confirment la volonté des deux universités de mettre en évidence leur patrimoine.

La communication visuelle sur les espaces de l'Université de Sheffield offre une autre perspective sur l'idéologie que les dimensions de rapports sociaux et de modèle d'enseignement, ce qui mène à une vision complète et diversifiée de l'idéologie. La communication visuelle de l'Université de Fribourg apporte même un nouveau regard sur son modèle d'enseignement. Sur la base des résultats, on peut prétendre que l'Université de Fribourg est actuellement en transition en ce qui concerne son idéologie. Les perceptions des

espaces tendent à montrer un modèle d'enseignement en gestation. Ce modèle consiste à intégrer davantage toutes les parties prenantes dans le processus d'enseignement et de recherche, amenant ainsi à un modèle marqué par la collaboration et l'échange. On retrouve ici les traits caractéristiques de l'Université de Sheffield, ce qui laisse supposer que l'Université de Fribourg est en train de suivre cette tendance.

L'espace comme un outil pertinent

Dans le contexte de la stratégie de communication, les espaces peuvent ainsi être reconnus comme un outil puissant : d'abord ils permettent de compléter la communication sur l'idéologie par l'apport d'éléments qui ne sont pas repris dans les autres outils de communication. Ensuite ils permettent d'accentuer certains éléments déjà repris dans le plan stratégique et même de montrer leur éventuelle évolution. Ils indiquent la direction que pourrait prendre l'idéologie à l'avenir. Les universités, qu'elles aient des infrastructures modernes ou plus anciennes, ont ainsi tout intérêt à tirer un maximum de leurs espaces pour consteller une communication visuelle originale, diversifiée et attrayante. Le nombre d'universités analysées dans ce mémoire est réduit et de nombreux éléments idéologiques et spatiaux ont été exclus. On peut supposer que les résultats ne font que lever un coin de voile sur les nombreuses utilités de l'espace dans le contexte de la communication visuelle des universités. Nous encourageons donc à poursuivre les recherches concernant l'utilité de la représentation des espaces dans le contexte de la stratégie de communication des universités.

Les limites de l'analyse

Il faut bien prendre en compte que l'analyse telle qu'elle a été menée exclut de nombreux éléments. Tout d'abord, l'observation des espaces est limitée à leur apparence extérieure. Or, les espaces universitaires sont en partie dévoilés de l'intérieur lors de la communication visuelle, ce qui n'a pas été pris en compte. Il est donc impossible de mesurer l'influence réelle de la communication visuelle des espaces universitaires sous tous ses angles. Il n'est pas improbable qu'une analyse de l'intérieur des espaces puisse même remettre en question ou contredire les perceptions tirées des métaphores sur l'aspect extérieur des bâtiments universitaires.

Il n'a pas non plus été démontré que les perceptions telles qu'elles sont tirées des métaphores sont bien celles du public cible de la communication. En effet, rien ne prouve que les personnes qui regardent les vidéos aient réellement capté les objectifs que les universités transmettent par leurs espaces, que ce soit de manière consciente ou inconsciente. Il serait donc intéressant d'effectuer de plus amples recherches sur l'idéologie telle que perçue par

le public concerné. Ceci permettrait de confirmer ou de démentir l'efficacité de la communication visuelle des universités en fonction de leurs objectifs. Dans cette même optique, la question de déterminer si les universités ont volontairement tenté de transmettre les perceptions déduites des métaphores par leur communication visuelle ou non, n'a pas été posée. Un entretien avec les personnes en charge de la stratégie de communication permettrait de nous éclairer quant aux réels objectifs de la communication des universités.

Des outils de communication avec un public cible

L'analyse permet notamment de mettre en évidence le ciblage différent des deux outils de communication. En effet, même si les plans stratégiques et la communication visuelle sont tous les deux accessibles librement sur Internet, les étudiants ne vont pas spécialement se baser sur le contenu du plan stratégique pour s'informer sur les universités. Ils auront plutôt tendance à vouloir obtenir un aperçu concret du campus et de leur future « maison ». Ils souhaiteront savoir s'ils arrivent à se projeter dans cet environnement et s'intéresseront davantage à l'atmosphère générale de leur futur lieu d'apprentissage. Cela explique pourquoi la ville est autant mise en avant dans la communication visuelle, que ce soit Sheffield ou Fribourg. La vie de l'étudiant ne se limite pas seulement au campus, mais également à la ville dont il choisit l'université. À l'inverse, les autorités publiques, les futurs partenaires, les chercheurs et éventuellement les enseignants se baseront davantage sur le contenu du plan stratégique. Cela explique notamment pourquoi l'Université de Fribourg met par exemple autant en avant les avantages accordés à la relève scientifique.

La viabilité du modèle d'enseignement et l'engagement pour le développement économique et social ont par conséquent davantage leur place dans le plan stratégique et moins dans la communication visuelle. Le plan stratégique permet principalement de recruter un personnel et des partenaires professionnels qui adhèrent aux valeurs et au fonctionnement de l'université en tant qu'institution publique. Cela explique pourquoi la communication visuelle se base sur d'autres éléments que le plan stratégique, car le but est davantage d'attirer les étudiants que de convaincre les autorités publiques et les parties prenantes.

6. Conclusion

Les espaces universitaires se sont révélés être un outil à haut potentiel dans la communication visuelle des universités.

Afin de déterminer le rôle de l'espace dans la stratégie de communication des universités, le concept d'idéologie a été défini comme étant le principal moteur de cette stratégie. Il a ensuite été question de comprendre ce que les espaces universitaires apportent en termes de communication visuelle à la stratégie de communication. Pour comprendre au mieux l'impact de l'espace sur la communication, l'idéologie a été réduite aux trois dimensions qui sont les rapports sociaux, le modèle d'enseignement et les espaces. Afin de contextualiser ce mémoire, le terme d'idéologie et son apparition dans notre langage ont été présentés.

L'importance de l'espace comme aspect social et le fait qu'il permette à l'idéologie de s'exprimer ont été mis en évidence sur la base de la théorie de Lefebvre (1974). Cette théorie a notamment permis de définir les rapports sociaux comme une des dimensions de l'idéologie. Afin d'observer l'impact des espaces et leur utilisation dans la communication visuelle, une démarche reprenant les métaphores comme méthode de pensée homologique a été proposée. Ensuite, les différentes orientations possibles pour le modèle d'enseignement choisi par l'université ont été présentées, aussi bien dans leur composante pédagogique que par rapport à leur devoir envers la société.

Deux universités aux modèles d'enseignement contrastés ont été sélectionnées pour l'analyse : l'Université de Sheffield et l'Université de Fribourg. Leurs outils de communication, c'est-à-dire leurs plans stratégiques et leur communication visuelle, permettent de montrer comment l'idéologie est soulignée sous forme de ces trois dimensions. La communication visuelle est basée sur des vidéos présentant les campus universitaires. L'analyse de ces deux universités a permis de prouver les utilités multiples de l'espace dans la stratégie de communication. L'espace permet, en grande partie, de compléter les éléments véhiculés à travers le plan stratégique avec pour but principal de convaincre les étudiants de l'attractivité du campus. Les deux universités observées optent pour des stratégies d'articulation entre le nouveau et l'ancien et exploitent ainsi la totalité de leur campus pour la stratégie de communication.

7. Table des illustrations

Illustration 2. : L'idéologie universitaire et ses dimensions	3
Tableau 2.4.1. (1) : Les courants pédagogiques	15
Tableau 2.4.1. (2) : Les modèles pédagogiques	19
Tableau 2.4.2. : Les modèles d'enseignement supérieur	23
Illustration 3.1. Les outils de communication	24
Illustration 3.3. : Les dimensions observées grâce aux outils de communication	28
Tableau 3.3. (1) : Les dimensions et leurs concepts théoriques	28
Tableau 3.3. (2) : Les observations et indicateurs	29
Illustration 4.1.3. (1) : Firth Court (<i>Source : The University of Sheffield, 2019</i>).....	44
Illustration 4.1.3. (2) : The Diamond (<i>Source : The University of Sheffield, 2019</i>)	44
Illustration 4.1.3. (3) : St George's Church (<i>Source : The University of Sheffield, 2019</i>)	45
Illustration 4.1.3. (4) : The Red Castle (<i>Source : The Castle Hunter, s.d.</i>)	45
Tableau 4.1.3. : Les dimensions des métaphores de l'Université de Sheffield	49
Illustration 4.2.3. (1) : La tour Henri (<i>Source : Université de Fribourg, 2016</i>).....	64
Illustration 4.2.3. (2) : Miséricorde (<i>Source : Université de Fribourg, 2016</i>)	65
Illustration 4.2.3. (3) : Pérolles (<i>Source : Université de Fribourg, 2016</i>)	65
Illustration 4.2.3. (4) : Le Pentagone (<i>Source : « The Pentagon », 2021</i>)	66
Illustration 4.2.3. (5) : Zone industrielle de Domont (<i>Source : « Domont », 2021</i>).....	67
Tableau 4.2.3. : Les dimensions des métaphores de l'Université de Fribourg	70
Tableau 9.1. : Les différents types d'espaces	83
Tableau 9.2. : Comparaison des deux modèles	86

8. Bibliographie

8.1. Études

Articles et revues scientifiques

Arias, S. (2010). Rethinking space: an outsider's view of the spatial turn. *GeoJournal*, 75(1). p.29-41.

Arthur, L., Brennan, J., Weert, E. D. (2007). *Employer and higher education perspectives on graduates in the knowledge of society: Centre for Higher Education Research and Information*. The United Kingdom, Open University.

Bireaud, A. (1990). Pédagogie et méthodes pédagogiques dans l'enseignement supérieur. *Revue française de pédagogie*, 91. p.13-23.

De Meulemeester, J.-L. (2011). Quels modèles d'université pour quels types de motivation des acteurs ? Une vue évolutionniste. *Pyramides – Revue du Centre d'Études et de Recherches en Administration Publique*, 2. p. 261-289.

Elton, L. (2008). Collegiality and complexity: Humboldt's relevance to British universities today. *Higher Education Quarterly*, 62(3). p.224-236.

Frémont, A. (1974). Recherches sur l'espace vécu. *L'espace géographique*, 3 (3). p.231-238.

Guilhaumou, J. (2008). Le non-dit de l'idéologie ; l'invention de la chose et du mot. *Actuel Marx*, 43 (1). p.29-41.

Macherey, P. (2008). Idéologie: le mot, l'idée, la chose. *Methodos. Savoir et textes*, 8. <https://journals.openedition.org/methodos/1843>

Paquot, T. (2009). Redécouvrir Henri Lefebvre. *Rue Descartes*, 63. p.8-16.

Lakoff, G., Johnson, M. (2008). Metaphors we live by. *University of Chicago press*, 47. p.53-54.

Sam, C., Van der Sijde, P. (2014). Understanding the concept of the entrepreneurial university from the perspective of higher education models. *Higher Education*, 68 (6). p. 891-908.

Santa, A. (2010). Rethinking space: an outsider's view of the spatial turn. *GeoJournal*, 75 (1). p. 29-41.

Schwartzmann, S. (2001). *Higher education reform: Indonesia and Latin America*. <http://www.schwartzman.org.br/simon/jakarta.htm>

Schwartzmann, S., Klein, L. (1994) Higher Education and Government in Brazil. *Government and higher education relationships across three continents: The winds of change*, 2, p.108-129. Pergamon Press and the International Association of Universities.

Seyler, M. (1968). Review : Le droit à la ville by Henri Lefebvre. *Esprit*, 376 (12), p.796-798.

Task Force on Higher Education and Society. (2000). *Higher education in developing countries: Peril and promise*. Washington DC, The International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank.

Wallemacq, A. (1998). Totem and Metaphor: The Concept of Network as a Symbolical Operator. *Organization*, 5(4). p.593-612.

Monographies

Destutt de Tracy, A. (1992) *Mémoire sur la faculté de penser : De la métaphysique de Kant ; et autres textes*. *Corpus des œuvres de philosophie en langue française*. Editions Fayard.

Foucault, M. (1984). Space, knowledge, and power. Dans Paul Rabinow (distr.), *The Foucault Reader* (p.239-256). New York, Pantheon Books.

- Gellert, C. (1993). Structural and functional differentiation: Remarks on changing paradigms of higher education in Europe. Dans *Higher education in Europe*. London, Jessica Kingsley Publications.
- Joyce, B., Calhoun, E., Hopkins, D. (2009). *Models of learning – tools for teaching* (3^{ème} édition). Maidenhead, McGraw-Hill Open University Press.
- Lefebvre, H. (1974). *La production de l'espace*. Paris, Éditions Anthropos.
- Legendre, R. (2005). *Dictionnaire actuel de l'éducation* (3^{ème} édition). Montréal, Éditions Guérin.
- Lévi-Strauss, C. (1962). *La pensée sauvage*. Paris, Presses Pocket.
- Raby, C., Viola, S. (2007). *Modèles d'enseignement et théories d'apprentissage : De la pratique à la théorie*. Anjou, Éditions CEC.
- Schön, D. A. (1993). *Generative metaphor: a perspective on problem-settling in social policy* dans *Metaphor and Thought* (2^{ème} édition), p. 137-163. Ortony A., Northwestern University.
- Van Campenhoudt, L., Marquet, J., Quivy, R. (2017). *Manuel de recherche en sciences sociales* (5^{ème} édition). Malakoff, Éditions Dunod.
- Welch, A. (2011). *Higher education in the Southeast Asia: Blurring borders, changing balance*. New York, Éditions Routledge.

Dictionnaires

- Etymonline. (s.d.) Outstanding. Dans *Online Etymology Dictionary*. Consulté le 14 avril 2021 sur <https://www.etymonline.com/word/outstanding>
- Larousse (s.d.). Idéologie. Dans *Dictionnaire en ligne*. Consulté le 27 mars 2021 sur <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/ideologie/41426>
- Le Nouveau Petit Robert. (2007). Métaphysique. Dans *Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française*.
- Le Nouveau Petit Robert. (2007). Métaphore. Dans *Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française*.

8.2. Sources

Articles en ligne

- Academic Positions. (2018). *What Is the Tenure Track?* Academic Positions. Consulté le 13 mai 2021 sur <https://academicpositions.com/career-advice/what-is-tenure>
- Cesa, B. (2001, 18 décembre). À Fribourg, le Plateau de Pérolles poursuit sa mue et renforce son pôle étudiant. Le Temps. Consulté le 6 mai 2021 sur <https://www.letemps.ch/suisse/fribourg-plateau-perolles-poursuit-mue-renforce-pole-etudiantin>
- Firth Court. (2021, 2 janvier). Dans *Wikipedia*. Consulté le 6 mai 2021 sur https://en.wikipedia.org/wiki/Firth_Court
- Morel, M. (2012, 7 juin). *Fribourg, La Tour Henri*. notreHistoire.ch. Consulté le 6 mai 2021 sur <https://notrehistoire.ch/entries/rgVB0pwaBD0>
- St George's Church, Portobello. (2020, 23 décembre). Dans *Wikipedia*. Consulté le 26 avril 2021 sur https://en.wikipedia.org/wiki/St_George%27s_Church,_Portobello
- The Diamond, Sheffield. (2021, 5 mai). Dans *Wikipedia*. Consulté le 6 mai 2021 sur https://en.wikipedia.org/wiki/The_Diamond,_Sheffield
- The University of Sheffield (2018). *Student numbers*. The University of Sheffield. Consulté le 4 mai 2021 sur <https://www.sheffield.ac.uk/about/facts/student-numbers>

The University of Sheffield (2021a). *About our University: History and heritage*. The University of Sheffield. Consulté le 4 mai 2021 sur <https://www.sheffield.ac.uk/about/history>

The University of Sheffield (2021b). *Vision: Our story*. The University of Sheffield. Consulté le 4 mai sur <https://www.sheffield.ac.uk/vision/our-story>

The University of Sheffield (2021c). *About us*. The University of Sheffield. Consulté le 4 mai 2021 sur <https://www.sheffield.ac.uk/about>

The University of Sheffield (2021d). *Rankings*. The University of Sheffield. Consulté le 4 mai 2021 sur <https://www.sheffield.ac.uk/about/rankings>

Université de Fribourg (s.d. a). *Historique*. Université de Fribourg. Consulté le 4 mai 2021 sur <https://www.unifr.ch/uni/fr/portrait/historique.html>

Université de Fribourg (s.d. b). *Valeurs*. Université de Fribourg. Consulté le 4 mai 2021 sur <https://www.unifr.ch/uni/fr/portrait/valeurs.html>

Université de Fribourg (s .d. c) *L'université en bref*. Université de Fribourg. Consulté le 18 mai 2021 sur <https://www.unifr.ch/uni/fr/portrait/en-bref.html>

Université de Fribourg (2014, 26 juin). *Future demeure de la Faculté de droit*. Université de Fribourg. Consulté le 5 mai 2021 sur <https://www.unifr.ch/news/fr/12645/future-demeure-de-la-facult-de-droit>

Plans stratégiques

The University of Sheffield (2014). *Masterplan 2014*. <https://www.sheffield.ac.uk/media/18394/download>

The University of Sheffield (2015). *Strategic Plan 2015-2020*. <https://www.sheffield.ac.uk/media/20057/download>

Université de Fribourg (2020). *Stratégie 2020-2030 - Planification stratégique de l'Université de Fribourg*. https://www.unifr.ch/uni/fr/assets/public/files/strategie/UNIFR_Strategie_2030_F_D_E_2021-01-18_WEB.pdf

Enregistrements vidéos

The University of Sheffield (2019, 17 avril). *Campus Tour – The University of Sheffield* [Video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=dKno6ojJd_Q&t=1s

The University of Sheffield (2020, 21 septembre). *Welcome to the University of Sheffield* [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=iMqDFm9TaBg>

Université de Fribourg (2016, 26 octobre). *La ville est le campus !* [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=rHJw6AF2fao>

Université de Fribourg (2020, 13 janvier). *Présentation UNIFR Français* [Video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=aCeATCgQ20o&list=PL3fJ2tzwilJlUE3TV5kJJj9msY_nbSDpx&index=67

Illustrations

Domont. (2021, 8 avril). Dans *Wikipedia*. Consulté le 13 mai 2021 sur <https://fr.wikipedia.org/wiki/Domont>

The Castle Hunter (s.d.). *Red castle*. The Castle Hunter. Consulté le 7 mai 2021 sur <https://castlehunter.scot/portfolio/redcastle/>

The Pentagon (2021, 8 mai). Dans *Wikipedia*. Consulté le 13 mai 2021 sur https://en.wikipedia.org/wiki/The_Pentagon

9. Annexe/Appendix

9.1. Le fonctionnement de l'espace social selon Lefebvre

Lefebvre propose de faire la différence entre trois types d'espaces qui coexistent et qui sont la clé pour la compréhension et l'existence de l'espace social (Lefebvre, 1974, p. 50). Dans le domaine de la science de l'espace, plusieurs termes tels que l'espace social, l'espace perçu, conçu ou vécu ont tendance à être confondus et ne sont pas toujours simples à discerner. Leur distinction est pourtant primordiale pour comprendre l'espace social. Bien qu'ils coexistent et que les trois termes forment ensemble l'espace propre à une société, ils ne travaillent pas nécessairement dans le même sens et peuvent même se contredire. Les trois types d'espace décrits dans cette partie théorique sont la pratique sociale, donc l'espace *perçu*, les représentations de l'espace qui sont l'espace *conçu* et les espaces de représentation aussi appelés espace *vécu* (Lefebvre, 1974, p. 42). La compréhension des différents espaces est fondamentale afin de mettre en évidence la façon dont ils s'agencent pour former l'espace social.

L'espace perçu - la pratique spatiale

La pratique spatiale enveloppe les « lieux spécifiés et ensembles spatiaux propres à chaque formation sociale, qui assure la continuité dans une relative cohésion » (Lefebvre, 1974, p.42). Elle concerne à la fois les rapports de production et ceux de reproduction. Son rôle est de permettre à chaque individu, en fonction de sa formation sociale, de trouver sa place dans l'espace qu'elle s'approprie et domine (Lefebvre, 1974, p. 48). Elle garantit la cohésion entre l'espace et les membres de la société. Étant considérée comme l'espace perçu, cela signifie qu'elle implique l'utilisation du corps, d'où sa qualification de « pratique » spatiale. Cela explique notamment pourquoi elle englobe à la fois les rapports de production et de reproduction, tous deux étant en relation avec le corps humain, bien que de façon différente. Si l'on reprend l'exemple de Lefebvre sur le Moyen Âge pour décrire ce type d'espaces, il s'agit des réseaux de chemins au voisinage des communautés paysannes, des monastères, des châteaux, des routes reliant les villes et ainsi de suite (Lefebvre, 1974, p. 56). Ces espaces permettent de déceler la façon dont les différents membres d'une société sont classés et comment ils trouvent chacun leur place.

L'espace conçu - les représentations de l'espace

Les représentations de l'espace font partie du domaine des savants, planificateurs, urbanistes, architectes et technocrates (Lefebvre, 1974, p. 48). Ils sont l'espace dominant (Lefebvre, 1974, p. 48) et sont « liées aux rapports de production, à l'ordre qu'ils imposent

et par là, à des connaissances, à des signes, à des codes ; à des relations *frontales*. » (Lefebvre, 1974, p. 43) Le conçu est indéniablement lié à la notion de savoir, contrairement à l'espace perçu qui lui est orienté pratique. Il est un mode de production et se base donc sur des connaissances, signes et codes élaborés pour créer des lieux à la connotation symbolique (Lefebvre, 1974, p. 49). Dans l'exemple du Moyen Âge, il s'agit des représentations symboliques de l'espace comme « le *monde* souterrain, et le Cosmos lumineux, ciel des justes et des anges (Lefebvre, 1974, p. 56) ». Cet exemple illustre très bien la force symbolique de ces représentations et l'emprise qu'elle a sur les sujets vivant dans l'espace. Le rôle de l'espace conçu est donc, une fois le contexte spatial formé, de s'y insérer et de le représenter. Il maintient les rapports sociaux en les exprimant et en les ancrant dans l'espace grâce aux symboles. Concrètement, cela signifie que les représentations de l'espace sont l'expression directe de l'idéologie, qui est considérée comme le « contexte spatial » qui guide et façonne la constellation des espaces.

L'espace vécu - les espaces de représentation

Les espaces de représentation sont de nature symbolique également, mais de manière beaucoup plus complexe. Ces espaces sont « l'espace *vécu* à travers les images et symboles qui l'accompagnent, donc espace des *habitants*, des *usagers*, mais aussi de certains artistes [...] : les écrivains, les philosophes. » (Lefebvre, 1974, p. 49) Ils permettent notamment de remettre en question le perçu et le conçu et d'expliquer les distorsions et incohérences qui existent entre les divers types d'espaces. Ils n'ont pas de nature productive dans le sens où ils ne font « que » représenter un espace déjà établi et conçu, et ne se limitent donc qu'à des œuvres symboliques. Le vécu est lié à la partie non-charnelle et « étrange » du corps (Lefebvre, 1974, p. 50), qui diffère du corps perçu. Dans l'exemple du Moyen Âge, les espaces de représentation sont ceux au centre du village comme l'église, le cimetière ou la mairie. Ces espaces permettent à ses membres de s'exprimer dans leur fonctionnement social ancré au plus profond d'eux-mêmes. Ils sont l'expression de ce qui a été produit par les représentations de l'espace. Par exemple, l'église est un moyen de communiquer avec les cieux. Les grandes baies vitrées laissant la pièce se remplir de lumière et les hauts plafonds donnent cette impression de pouvoir se rapprocher de Dieu. Si Dieu représente l'idéologie, l'église est l'espace répondant au besoin de la société de s'adresser à lui. L'architecture de l'église correspond en quelque sorte l'image que l'on se fait des cieux, elle-même établie par les représentations de l'espace. La façon dont l'église est construite a donc été influencée directement par la façon dont l'on s'est représenté l'espace, donc par l'espace conçu. Ceci n'est évidemment pas une description détaillée de la fonction d'une église, mais elle permet

de donner un aperçu sur la façon dont les différents types d'espaces s'influencent et fonctionnent entre eux. Il est important de retenir des espaces de représentation qu'ils sont l'espace qui « subit » soi-disant le conçu (Lefebvre, 1974, p. 49). Pourtant il ne s'accorde pas forcément avec ce dernier. Les espaces de représentation sont notamment utilisés au cours de l'analyse afin d'identifier les lieux considérés comme étant « symboliques ».

Les différents types d'espaces

Le tableau 9.1. reprend les différents concepts de Lefebvre et effectue un premier lien entre sa théorie de l'espace social et l'idéologie de l'université qui est explicitée plus tard.

Dimensions	Espace perçu	Espace conçu	Espace vécu
Type d'espaces	Pratique spatiale	Représentations de l'espace	Espaces de représentation
Type de rapports sociaux	Rapports de production et de reproduction	Rapports de production	Non défini
Utilisation du corps	Corps	Tête	Corps « vécu »
Utilisation des sens	Lié au physique	Savoir	Subconscient
Type de lieu	Lieux et ensembles propres à chaque formation sociale	Lieux symboliques	Lieux symboliques mais complexes
Fonctions	Classification des membres	Espace dominant, lien entre les différents espaces et représentation de l'idéologie	Noyau affectif qui s'exprime inconsciemment et est source de tensions
Rapport avec l'université	Classification de la communauté universitaire	Définition et représentation de l'idéologie universitaire	Expression à travers les lieux symboliques de la tension entre les espaces universitaires et l'idéologie

Tableau 9.1. : Les différents types d'espaces

La façon dont ces trois différents types d'espaces interagissent ensemble pour former l'espace social est difficile à concevoir, surtout qu'elle peut varier d'une société à l'autre et n'est pas systématiquement cohérente. Leur intervention peut dépendre très fort des sociétés et des époques, dépendant des qualités et propriétés qui sont requises (Lefebvre, 1974, p. 57).

But de l'interaction des trois types d'espaces

Les trois termes interviennent ainsi très différemment dans la production de l'espace et les rapports entre ces trois termes ne sont pas stables. On peut les définir comme étant « inconscients » puisqu'ils sont souvent ignorés et ne sont pas utilisés explicitement en connaissance de cause (Lefebvre, 1974, p. 57).

Il est indéniable « que le vécu, le conçu, le perçu se rejoignent, de sorte que le *sujet*, le membre de tel groupe social, puisse passer de l'un à l'autre sans s'y perdre. » (Lefebvre, 1974, p. 51) L'interaction entre les différents espaces a pour but principal de permettre à ses membres de se retrouver dans l'espace et d'y concevoir sa place en fonction de l'organisation de la société auxquels ils appartiennent. Il semblerait cependant que l'individu ne soit pas toujours capable de trouver sa place : « chaque *sujet* se situe dans un espace où il se reconnaît ou bien se perd, dont il jouit ou qu'il modifie. » (Lefebvre, 1974, p. 44) Comment se fait-il qu'un « sujet » ne se retrouve pas dans l'espace alors que l'interaction entre le perçu, le conçu et le vécu est justement censée permettre son orientation ?

L'espace conçu comme espace dominant... ou pas

À priori, la logique voudrait que ce soit l'espace conçu, puisqu'il est dominant et qu'il représente le savoir, soit celui qui gouverne l'espace perçu et l'espace vécu et apporte ainsi de la cohésion à tout l'espace social. Cela est vrai jusqu'à un certain point, pourtant Lefebvre précise bien que l'espace perçu « se vit avant de se concevoir » (Lefebvre, 1974, p. 46). Pour essayer de réexpliquer simplement, cela veut dire qu'on a tendance à se baser sur la logique et nos connaissances pour expliquer ce que nous faisons en pratique, mais que notre imaginaire, notre inconscient et donc la partie « étrange » du corps (Lefebvre, 1974, p. 50) peut remettre en question la logique grâce à des concepts et des codes difficiles à exprimer et à rationaliser. Ces concepts et codes s'expriment grâce à l'espace vécu. Cela explique notamment pourquoi le conçu ne réussit pas toujours à consolider le perçu et le vécu, parce qu'il représente mal l'inconscient du vécu auquel ils laissent de toute façon peu de place pour s'exprimer. « Les *espaces de représentations*, vécus plus que conçus, ne s'astreignent jamais à la cohérence, pas plus qu'à la cohésion. Pénétrés d'imaginaire et de symbolisme, ils ont pour origine l'histoire, d'un peuple et celle de chaque individu appartenant à ce peuple. » (Lefebvre, 1974, p. 52) Cette impossibilité de consolider systématiquement les divers espaces est source d'incohérences entre eux.

Les incohérences entre les types d'espaces

L'éventuel manque de cohésion entre les différents types d'espaces explique pourquoi il existe parfois des tensions entre les différents aspects idéologiques et spatiaux d'une société. Lefebvre (1974, p. 57) ne se positionne cependant pas clairement quant à l'impact positif ou négatif que pourrait avoir ces incohérences : « Les rapports entre ces trois moments – le perçu, le conçu, le vécu – [...] ne sont pas davantage "positif" au sens où ce terme s'opposerait au "négatif", à l'indéchiffrable, au non-dit, à l'interdit, à l'inconscient. » De manière globale, il considère que l'espace social possède un fonctionnement trop complexe pour qu'on en comprenne exactement toutes les facettes : « Plus généralement, la notion même *d'espace social*, par sa nouveauté, par la complexité du réel et du formel qu'elle désigne, résiste à l'analyse. » (Lefebvre, 1974, p. 41) Les différents espaces qui le composent peuvent par contre servir comme outils afin de comprendre au mieux comment une société fonctionne et Lefebvre voit donc l'espace comme un « analyseur de la société » (Lefebvre, 1974. p. 43).

9.2. Comparaison des idéologies des deux universités

Tableau reprenant la comparaison des deux modèles d'enseignement, basée sur les dimensions du modèle d'analyse

Dimensions	Université de Sheffield	Université de Fribourg
Rapports de production	Système de réseau	Chaîne de valeur
Fonctions sociales hiérarchisées	Hiérarchie assez plate avec priorité aux étudiants et négligence des enseignants	Fossé entre l'enseignement et la recherche crée deux classes
Organisation et division du travail	Talent collectif, interaction permet la contribution → c'est ensemble que le savoir évolue et que l'apprentissage prend forme	Contribution au savoir différente selon la classe concerné : les chercheurs forgent le savoir, les enseignants le transmettent et les étudiants l'apprennent
Signes et codes	Souhait de se « démarquer » Expérience estudiantine d'exception	Université complète, attractivité, vocabulaire éthique-humaniste, [...]
Modèle pédagogique	Modèle socio-constructiviste	Modèle humaniste
Méthodes d'enseignement	Priorité aux espaces informels favorisant la collaboration, communication et la recherche	Contact direct avec l'enseignant est primordial, développement des capacités personnelles
Rôle de l'université	Animateur, mise en relation des différents acteurs	Sélection du meilleur personnel et leur développement
Rôle de l'enseignant	Repris par de nouveaux acteurs (professionnels, chercheurs, ...). Se contente de jouer le médiateur	Irremplaçable : il est le transmetteur du savoir
Rôle de l'étudiant	Polyvalent (apprentissage et emploi) « Proud advocates »	Devenir un citoyen autonome et responsable
Perception du savoir	Le savoir est une cocréation	Le savoir est d'abord exploré, puis enseigné
Modèle d'enseignement supérieur	Modèle napoléonien	Modèle humboldtien
Rôle/place de l'université	Rôle de « serviteur » de la société	Se doit de prendre ses responsabilités, mais est en même dévouée à la science
Interaction entre université et société	Contribution, collaboration pour atteindre un but commun	Façonne le quotidien de la société. L'université lui est donc indispensable et elle garde son statut d'indépendance
Perception de la science	Apprentissage et recherche deviennent indissociables	Enseignement est dérivé de la recherche

Tableau 9.2. : Comparaison des deux modèles